

ЖИЗНЬ В ЭПОХУ ИЗБАЛОВААННОСТИ

“Хроники имеющейся у многих американцев одержимости, хм, собой... считающих себя имеющими полное право на вещи, которых они не заработали.

Это огромный минус на мировом рынке, становящимся все более и более конкурентным” – *San Francisco Chronicle*

ЭПИДЕМИЯ

НАРЦИССИЗМА

ДР. ДЖИН М. ТВЕНГЕ

ДР. КИТ КЭМПБЕЛЛ

Содержание

Введение	3
Глава 1. Множество чудес восхищения собой	11
Глава 2. Болезнь чрезмерного самолюбования и пять главных мифов о нарциссизме	16
Глава 3. Разве нарциссизм не полезен, особенно в конкурентном мире? Оспаривание еще одного мифа о нарциссизме	34
Глава 4. Как мы здесь оказались? Истоки эпидемии	49
Глава 5. Воспитание детей. Взрачивание царственности	61
Глава 6. Суперраспространители! Знаменитости и передача нарциссизма в СМИ.....	75
Глава 7. Посмотри на меня на MySpace. Web 2.0 и запрос внимания	91
Глава 8. Я заслуживаю лучшего под 18% годовых. Легкий кредит и отмена принципа реальности.....	105
Глава 9. Черт, да я горяч! Тщеславие	119
Глава 10. Взрыв расходов и его влияние на окружающую среду. Материализм	135
Глава 11. Семь миллиардов оттенков неповторимости. Уникальность.....	153
Глава 12. Запрос на дурную славу и рост грубости. Антисоциальное поведение	166
Глава 13. Ловушка шоколадного торта. Проблемы в отношениях	180
Глава 14. Потехе время, а делу час. Избалованность	197
Глава 15. Бог не создавал тебя быть как все. Религия и волонтерство	209
Глава 16. Прогноз. Как далеко и как долго будет распространяться нарциссизм?	219
Глава 17. Лечение эпидемии нарциссизма.....	237

Введение

Рост нарциссизма в американской культуре

Нам не пришлось искать его слишком усердно. Он был повсюду. В реалити-шоу девушка, планирующая вечеринку по случаю своего шестнадцатилетия, хочет перекрыть главную дорогу, чтобы марширующий оркестр мог предшествовать ее торжественному выходу на красную дорожку. В книге «Моя прекрасная мамочка» о пластической хирургии рассказывается маленьким детям, чьи матери ложатся под нож ради модного «Преображения мамочки». Теперь можно нанять фальшивых папарацци, которые будут следить за вами и фотографировать вас, когда вы выходите из дома ночью. Вы даже можете забрать домой обложку журнала со знаменитостями, на которой изображены эти фотографии. В популярной песне без видимого сарказма говорится: «Я считаю, что мир должен вращаться вокруг меня!» Люди покупают дорогие дома, взяв кредиты, намного превышающие их платежеспособность, — по крайней мере, так было до тех пор, пока в результате не рухнул ипотечный рынок. Младенцы носят нагрудники с вышитыми надписями «Супермодель» или «Магнит-для-цыпочек» и сосут пустышки «Bling», пока их родители читают модернизированные детские стишки из «Поросенка, носящего Прада». Люди стремятся создать «личный бренд» (его еще называют «селф-брендингом»), упаковывая себя как товар, предназначенный для продажи. Реклама финансовых услуг утверждает, что выход на пенсию помогает вернуться в детство и осуществить свои мечты. Старшеклассники избивают одноклассников, а затем привлекают внимание к своему насилию, публикуя на YouTube видеоролики с избиениями.

Это может казаться случайным набором текущих тенденций, но все они коренятся в одном основном сдвиге в американской психологии: неустанном росте нарциссизма в нашей культуре. Нарциссов не только больше, чем когда-либо, но и не нарциссических людей соблазняет растущее внимание к материальному богатству, внешнему виду, поклонению знаменитостям и поиску внимания. Стандарты изменились, затягивая скромных людей в водоворот гранитных столешниц, навороченных страниц MySpace и пластической хирургии. Популярный танцевальный трек снова и снова повторяет слова «деньги, успех, слава, гламур», заявляя, что все остальные ценности «либо дискредитированы, либо уничтожены».

Соединенные Штаты в настоящее время страдают от эпидемии нарциссизма. Словарь Мерриам-Вебстера определяет эпидемию как недуг, «затрагивающий... непропорционально большое количество людей в популяции», и нарциссизм более чем отвечает всем требованиям. По данным опроса 37 000 студентов колледжей, с 1980-х годов по настоящее время нарциссические черты личности росли так же быстро, как и ожирение, причем этот сдвиг

особенно заметен среди женщин. Рост нарциссизма ускоряется: в 2000-е годы показатели росли быстрее, чем в предыдущие десятилетия. К 2006 году каждый четвертый студент колледжа согласился с большинством пунктов стандартного измерения нарциссических черт. Нарциссическое расстройство личности (НРЛ), более тяжелая, клинически диагностируемая версия этой черты, также встречается гораздо чаще, чем считалось ранее. Почти 1 из 10 американцев в возрасте от двадцати лет и 1 из 16 американцев всех возрастов испытывали симптомы НРЛ. Даже эти шокирующие цифры — лишь верхушка айсберга. Под ней скрывается нарциссическая культура, которая охватила гораздо больше людей. Эпидемия нарциссизма распространилась на культуру в целом, затронув как нарциссических, так и менее эгоцентричных людей.

Как и болезнь, нарциссизм вызывается определенными факторами, распространяется определенными путями, проявляется в виде различных симптомов и может быть остановлен профилактическими мерами и лечением. Нарциссизм — это скорее психокультурное заболевание, чем физическое заболевание, но эта модель подходит на удивление хорошо. Мы построили книгу в соответствии с этой моделью, объясняя диагноз эпидемии, ее основные причины, симптомы и прогноз.

Как и эпидемия ожирения, эпидемия нарциссизма не затронула всех одинаково. Все больше людей страдают ожирением, равно как и больше людей нарциссичны, но все еще есть те, кто занимается спортом и правильно питается, а также те, кто скромнен и заботлив. Даже менее эгоцентричные люди были свидетелями нарциссического поведения по телевидению, в Интернете или в реальном общении с друзьями, семьей или коллегами. Ипотечный кризис, который привел к финансовому кризису 2008 года, был частично вызван нарциссической самоуверенностью покупателей жилья, которые утверждали, что могут позволить себе слишком дорогие для них дома, и жадными кредиторами, которые были готовы пойти на большой риск с деньгами других людей. Так или иначе, эпидемия нарциссизма коснулась каждого американца.

За последние несколько лет нарциссизм стал популярным модным словечком, которым объясняют поведение всех: от бывшего губернатора Нью-Йорка Элиота Спитцера, одержимого проституткой, до знаменитой Пэрис Хилтон. Другие поставили себе диагноз: бывший кандидат в президенты Джон Эдвардс объяснил свою внебрачную связь следующим образом: «В ходе нескольких предвыборных кампаний я начал верить в то, что я особенный, и становился все более эгоцентричным и нарциссическим». Как отмечает *New York Times*, нарциссизм «стал основным диагнозом обозревателей, блогеров и телевизионных психологов. Мы любим навешивать ярлыки на оскорбительное поведение других, чтобы отделить их от нас. «Нарцисс» — один из наших любимых на данный момент».

Несмотря на популярность нарциссизма как ярлыка, трудно найти научно подтвержденную информацию о нем за пределами статей в научных журналах. Многие веб-сайты, посвященные нарциссизму,

основаны на сочетании предположений, личного опыта и плохо понятых психоаналитических теорий. Бестселлер Кристофера Лэша 1979 года «Культура нарциссизма», хотя и увлекательный, был написан до того, как появились серьезные исследования личности и поведения нарциссов. Такие книги, как «Почему это всегда о тебе?» и «Нарцисс в вашей жизни» были написаны признанными психотерапевтами и используют тематические исследования людей с НРЛ (нарциссическое расстройство личности). Этот подход важен, но во многом игнорирует научные данные по этой теме.

В этой книге мы применяем другой подход, описывая обширные научные исследования истины о нарциссах и о том, почему они ведут себя именно так. Мы считаем, что в случае такой сложной темы, как нарциссизм, лучше всего начать с эмпирических исследований.

Нарциссизм — это термин, привлекающий внимание, и мы не используем его легкомысленно. Мы обсуждаем некоторые исследования НРЛ, но в первую очередь концентрируемся на нарциссических чертах личности среди нормального населения — поведении и установках, которые не заходят достаточно далеко, чтобы заслужить клинический диагноз, но, тем не менее, могут быть разрушительными для человека и других людей. Этот «нормальный» нарциссизм потенциально еще более вреден, потому что он гораздо более распространен. Конечно, многое из того, что мы обсуждаем, применимо и к людям с НРЛ. Нарциссизм — это не просто уверенность в себе или здоровое чувство собственного достоинства. Как мы исследуем в главах 2 и 3, нарциссы чрезмерно самоуверенны, а не просто уверены в себе, и — в отличие от большинства людей с высокой самооценкой — придают мало значения эмоционально близким отношениям. Мы также рассмотрим другие мифы, такие как «нарциссы не уверены в себе» (обычно это не так) и «необходимо быть нарциссом, чтобы добиться успеха сегодня» (в большинстве контекстов и в долгосрочной перспективе нарциссизм на самом деле является сдерживающим фактором на пути к успеху).

Понимание эпидемии нарциссизма важно, поскольку ее долгосрочные последствия разрушительны для общества. Ориентация американской культуры на самолюбование привела к бегству от реальности в страну грандиозных фантазий. У нас есть фальшивые богатые люди (с ипотечными кредитами только под проценты и кучей долгов), фальшивые красавицы (с пластической хирургией и косметическими процедурами), фальшивые спортсмены (с допингом), фальшивые знаменитости (через реалити-шоу и YouTube), фальшивые гении-студенты (с завышением успеваемости), фальшивая национальная экономика (с государственным долгом в 11 триллионов долларов), фальшивое чувство собственной исключительности среди детей (с воспитанием детей и образованием, ориентированным на самооценку) и фальшивые друзья (с взрывом социальных сетей). Эта фантазия может казаться привлекательной, но, к сожалению, реальность всегда побеждает. Обвал ипотечного кредитования и последовавший за ним финансовый кризис — лишь одна из демонстраций того, как раздутые желания в конечном итоге рушатся на землю.

Культурный фокус на самолюбование начался со сдвигом в сторону внимания к личности в 1970-х годах, что задокументировано в статье Тома Вулфа «Десятилетие меня» в 1976 году и в книге Лэша «Культура нарциссизма». За прошедшие с тех пор три десятилетия нарциссизм разросся так, как эти авторы даже не могли себе представить. Борьба за общее благо 1960-х годов стала номером один к 1980-м годам. Воспитание стало более снисходительным, поклонение знаменитостям выросло, а реалишоу стало витриной нарциссических людей. Интернет принес с собой не только полезные технологии, но и возможность мгновенной славы и фразы «Посмотри на меня!» склад ума. Использование ботулотоксина для разглаживания мимических морщин и сохранения молодости лица породило огромную индустрию. Легкая доступность кредита позволяла людям выглядеть в финансовом отношении лучше, чем они были на самом деле.

В первой книге Джин «Поколение Я: почему сегодняшние молодые американцы более уверены в себе, напористы, избалованы – и более несчастны, чем когда-либо прежде» – исследуются культурные сдвиги в самоориентации, которые затронули людей, родившихся после 1970 года, и – поскольку эти тенденции продолжали ускоряться – особенно те, кто родился в 1980-х и 90-х годах. В «Эпидемии нарциссизма» мы распространяем наше внимание на американцев всех возрастов и на всю культуру. Основная тяжесть перемен приходится на молодых людей, потому что это единственный мир, который они когда-либо знали, но реклама выхода на пенсию, обещающая экстравагантные фантазии (владейте собственным виноградником!), предполагает, что эпидемия достигла и старшего возраста. И хотя мы представляем данные о растущем числе нарциссических личностей, мы концентрируемся на росте культурного нарциссизма — изменениях в поведении и отношениях, которые отражают нарциссические культурные ценности, независимо от того, являются ли сами люди нарциссическими или просто вовлечены в социальную тенденцию.

Наблюдая за культурными изменениями, особенно изменениями в негативном направлении, человек рискует принять свое старение за истинный сдвиг в культуре. Когда ты старше, трудно принять перемены, и легко прийти к выводу, что мир катится в ад. Мы постарались избежать этой предвзятости, находя как можно больше достоверных данных и рассматривая как можно больше точек зрения. Многие культурные изменения поддаются количественной оценке: пятикратное увеличение пластической хирургии и косметических процедур всего за десять лет, рост количества журналов со сплетнями о знаменитостях, американцы тратят больше, чем зарабатывают, и накапливают огромные долги, растущие размеры домов, увеличение популярности присвоения детям уникальных имен, данные опросов о важности быть богатыми и знаменитыми, а также растущее число людей, которые обманывают. Мы также вышли за рамки данных исследования, собирая истории и мнения посредством нашего онлайн-опроса на сайте www.narcissismeridemic.com (мы изменили имена респондентов и, в некоторых случаях, идентификационную информацию). Поскольку это книга о культуре,

мы исследуем события в средствах массовой информации, события поп-культуры и явления Интернета. Мы также поговорили с нашими студентами, чтобы узнать мнение молодого поколения. Мы были несколько шокированы, обнаружив, что многие аспиранты, большинству из которых около двадцати пяти лет, считают, что за время их жизни дела стали хуже. Студенты более восприимчивы к нынешней культуре, но часто сообщают, что испытывают огромное давление, заставляющее себя продвигать себя и идти в ногу с материалистическим миром.

Ядро идеи этой книги было заложено в 1999 году в подвале офиса Университета Кейс Вестерн Резерв в Кливленде. Мы оба работали постдоками — своего рода исследовательская неопределенность между аспирантурой и долгожданной профессурой — в лаборатории Роя Баумайстера, известного социального психолога. В Кливленде делать особо нечего, особенно зимой, поэтому нам пришлось много разговаривать в нашем общем офисе. Иногда мы активно откладывали дела на потом — Джин вспоминает один разговор о похудении, в котором наша коллега-постдок Джули Экслайн описала таблетку для похудения, которая предположительно содержала ленточного червя. Прежде чем она успела закончить рассказ, Кит начал кричать: «Городская легенда!» и поискал это в зарождающемся Интернете (он был прав). Однако большую часть времени мы говорили об идеях. Кит опишет свое последнее исследование поведения нарциссических людей, а Джин расскажет о тенденциях в американской культуре и о том, как они проявляются в личностных качествах. Почти сразу мы подумали о том, чтобы посмотреть на тенденции нарциссизма, но в 1999 году стандартная мера нарциссизма существовала всего 10 лет, что было недостаточно для тщательного изучения изменений с течением времени.

Это исследование пришлось отложить до лета 2006 года, когда Джин была на седьмом месяце беременности и ничего не могла делать, кроме как сидеть за компьютером. К тому времени мы оба поженились и устроились на работу по всей стране друг от друга (Кит в Университете Джорджии, вдали от того места, где он вырос в Южной Калифорнии, и Джин в Университете штата Сан-Диего, вдали от того места, где она выросла). Миннесота и Техас). Нашими соавторами этого проекта были известный исследователь нарциссизма и агрессии Брэд Бушман и двое бывших студентов (ныне преподавателей) Джошуа Фостер и Сара Конрат. Рост нарциссизма среди студентов колледжей на протяжении поколений был очевиден, и когда мы опубликовали исследование в феврале 2007 года, оно было освещено Associated Press и многими другими новостными агентствами. Для Джин это был интересный первый день возвращения на работу после четырехмесячного декретного отпуска. Одна съемочная группа, готовившая стандартный кадр «прогулки», попросила Джин взять с собой ее портфель, чтобы она «выглядела более профессионально». — Ребята, — сказал Джин, — это не мой портфель. Это мой молокоотсос».

Когда Джин вернулась домой тем вечером, она испытала полное потрясение: эту историю освещали NBC Nightly News, Fox News Channel и National Public

Radio, и Джей Лено и Конан О'Брайен шутили по этому поводу. История AP появилась более чем в ста газетах по всей стране, что вызвало множество редакционных статей, газетных колонок и электронных писем. Большая часть отзывов была положительной, но мы также получили интенсивные вопросы и резкую критику, некоторые из которых были основаны на неправильном понимании того, что такое нарциссизм и как его измеряют.

Именно тогда мы поняли, что попали в самую точку. Мы также поняли, что эпидемия нарциссизма вышла далеко за рамки изменения личности студентов. Американская культура коренным образом менялась, и мы хотели задокументировать это и выяснить, как это остановить. Каждый раз, когда мы включали телевизор, казалось, что еще один симптом нарциссизма поднимает свою уродливую голову — реклама ботокса, ипотечный кризис, фальшивые папарацци. Мы нашли так много примеров нарциссизма в американской культуре, что нам пришлось прекратить их собирать. Эта книга могла бы быть в два раза длиннее.

Рост культурного нарциссизма — сложная история, часто имеющая множество нюансов. Мы призываем вас не делать поспешных выводов и воздерживаться от чрезмерных обобщений. Когда мы показываем, что нарциссизм обычно не приводит к успеху, это не значит, что он никогда не приводит к успеху. Когда мы связываем материализм с нарциссизмом, это не означает, что желание большого дома обязательно делает вас нарциссом (то же самое касается и желаний пластической хирургии). Когда мы говорим, что родители не должны говорить детям, что они особенные, это не значит, что мы думаем, что им следует вместо этого сказать: «Ты не особенный». Когда мы отмечаем, что нарциссизм связан с агрессией, это не означает, что вся преступность будет расти вместе с нарциссизмом. Некоторые религии сейчас поощряют самолюбование, но это не значит, что эти религии плохие. И хотя сейчас культура стала более нарциссической, конечно, есть исключения, например, люди, добровольно помогающие другим или служащие в армии. Хотя мы, конечно, иногда используем звуковые фрагменты, мы также стараемся объяснить сложности как можно подробнее. В некоторых случаях мы вдаёмся в необходимые подробности в примечаниях и приложениях, доступных на сайте www.narcissismepidemic.com.

Мы сосредотачиваем большую часть наших дискуссий на нарциссизме в Соединенных Штатах, потому что мы оба являемся американскими гражданами, и большая часть данных поступает из США. Однако многие глобальные тенденции берут начало в Соединенных Штатах, а вспышки эпидемии нарциссизма возникли в Европе, Азии и Австралии. Они варьируются от расстрелов, сделанных специально для школьных видео, в Финляндии до «синдрома маленького императора» в Китае. В главе 16 мы обсуждаем глобальные масштабы эпидемии нарциссизма.

Значительную часть книги мы уделяем решениям — нашим рецептам, которые помогут спасти (если не полностью вылечить) эпидемию нарциссизма. Некоторые из них носят личный характер, например,

практика благодарности, изменение отношения к родителям или избегание нарциссических партнеров по отношениям. Другие носят более структурный характер, например, обучение детей навыкам дружбы и поощрение за экономию денег, а не за трату. Большинство глав заканчиваются некоторыми решениями, и мы расширяем эти идеи в последней главе.

Мы надеемся, что эта книга станет отправной точкой для обсуждения современного состояния американской культуры. У нас есть и личный интерес: у нас есть три маленьких дочери, и мы обеспокоены тем, как культура повлияет на них, когда они вырастут. Пока они молоды, относительно легко избегать комбинезона «Маленькая принцесса» и соски «Bling» (англ. шик, блеск, показуха), но затем культура закрадывается в дверь, особенно потому, что знакомство с подростковыми ценностями теперь начинается примерно с четырех лет, с юными девочками (включая старшую дочь Кита) смотрят подростковые шоу, такие как «Ханна Монтана», и восьмилетние дети устраивают вечеринки по случаю своего дня рождения. Эпидемия нарциссизма, похоже, особенно сильно ударила по девочкам. Кто знает, к тому времени, когда наши дочери закончат среднюю школу, одним из самых распространенных выпускных подарков может стать увеличение груди. (Мы не шутим: число подростков, сделавших операцию по увеличению груди, выросло на 55% всего за один год с 2006 по 2007 год, и некоторые родители действительно платят за нее в качестве подарка на выпускной).

Мы хотим, чтобы эта книга стала тревожным звонком. В отличие от широко разрекламированной эпидемии ожирения, американцы привыкли к грубости, эксгибиционизму и одержимости знаменитостями, вызванным эпидемией нарциссизма. Считается само собой разумеющимся, что детский нагрудник с надписью «Супермодель» — это «мило». «Изменив себя, мы больше не замечаем своей трансформации», — написал Роджер Кимбалл в «Новом критерии». Мы настолько перевернулись, что некоторые люди теперь утверждают, что нарциссизм — это хорошо (как мы обсуждаем в главе 3, нарциссизм приносит некоторые краткосрочные выгоды для себя, но не приносит пользы другим людям, обществу или даже самому нарциссу в долгосрочной перспективе). Даже когда негативные последствия тенденций признаются (например, кулачные бои на YouTube или подростки, публикующие в Интернете неприемлемые фотографии), люди редко проводят параллель, чтобы увидеть, что все эти тенденции связаны с ростом нарциссизма.

Признание эпидемии нарциссизма — первый шаг к тому, чтобы её остановить. Здесь уместна аналогия с эпидемией ожирения.

Предпринимаются конкретные шаги по борьбе с ожирением: из школ убирают автоматы с газировкой, предлагаются программы физических упражнений и реализуются планы обучения правильному питанию. Не так обстоит дело с нарциссизмом. Во многих случаях предлагаемое лекарство от нарциссического поведения — это «хорошее самочувствие». В конце концов, считается, что четырнадцатилетняя Меган не стала бы публиковать

компрометирующие фотографии на MySpace, если бы у нее была более высокая самооценка. Поэтому родители удваивают свои усилия, говоря Меган, что она особенная, красивая и замечательная. Это все равно что предположить, что человек, страдающий ожирением, чувствовал бы себя намного лучше, если бы съел больше пончиков. Меган хочет, чтобы все увидели, насколько она красива и особенна, и это не потому, что она считает себя уродливой, а потому, что она думает, что она сексуальна и, что, возможно, более важно, потому что она живет в нарциссическом обществе, где она может заслужить похвалу, статус и признание. и «друзья», демонстрируя откровенную сексуальность.

Фактически, нарциссизм вызывает почти все то, что американцы надеялись предотвратить благодаря высокой самооценке, включая агрессию, материализм, отсутствие заботы о других и поверхностные ценности. Пытаясь построить общество, которое прославляет высокую самооценку, самовыражение и «любовь к себе», американцы непреднамеренно создали больше нарциссов — и культуру, которая пробуждает нарциссическое поведение во всех нас. Эта книга описывает путь американской культуры от самолюбования, которое казалось таким хорошим, к разрушительному нарциссизму, который угрожает заразить всех нас.

ЧАСТЬ 1

ДИАГНОСТИКА

ГЛАВА 1

Множество чудес восхищения собой

Всё началось с благих намерений. Американская культура поощряет самолюбование, веря в то, что оно улучшит нашу жизнь. Восхищаться собой приятно и делает нас счастливыми. Если вы верите в себя, у вас больше шансов продолжать попытки, даже если с первого раза у вас ничего не получится. Самоуважение больше не ограничивается некоторыми избранными: вы можете чувствовать себя хорошо независимо от вашей расы, пола или сексуальной ориентации.

Фокус нашей страны на самолюбовании, безусловно, привел к повышению мнения американцев о себе. В большинстве групп самооценка находится на рекордно высоком уровне: больше 80% недавних студентов колледжей имеют показатели общей самооценки выше, чем у среднего студента колледжа 1960-х годов. У учащихся средних школ, которые часто являются объектом усилий по повышению самооценки, резко выросла самооценка: 93% подростков конца 2000-х годов набрали баллы выше, чем в среднем у детей от одиннадцати до тринадцати лет в 1980 году. Общая самооценка среди старшеклассников не увеличилось, но 3 из 4 сообщают, что они довольны собой, по сравнению с 2 из 3 в 1975 году. Один из 3 теперь говорит, что он «полностью удовлетворен» по сравнению с 1 из 4 в 1975 году. У молодых поколений также заметно выше другие черты, связанные с самолюбованием, включая индивидуализм, напористость и экстраверсию. Изменения коснулись и пожилых людей; женщины с высшим образованием, родившиеся в 1930-е годы, все больше внимания уделяли своей индивидуальности, переживая благополучные десятилетия 1970-х и 1980-х годов. Особенно в наши дни американцы любят любить себя. (В следующей главе мы объясним важные различия между самооценкой и нарциссизмом; здесь мы исследуем самолюбование в том виде, в каком его поощряет американская культура, как общее чувство любви к себе, которое не делает различия между здоровым чувством собственного достоинства и вместо этого может возникнуть нездоровый нарциссизм).

Американская культура приняла ценность самолюбования в крепкие и теплые объятия. Как говорится в рекламном ролике NBC: «Вы можете не осознавать этого, но каждый рождается со своей единственной настоящей любовью — с самим собой. Если ты нравишься тебе, всем остальным тоже понравится». Один молодой человек выразил эту точку зрения, покрыв всю свою правую сторону татуировкой с надписью «Поверь в себя» в стиле граффити (с надписью «Не полагаться ни на кого» внизу). Каждая культура формируется своими фундаментальными убеждениями, и сегодня в Америке мало ценностей, которых придерживаются более яростно, чем важность самолюбования. Большинство из нас не татуируют их на своем теле, но они вытатуированы на нашей плоти культурными убеждениями.

Не так давно послания самолюбования были адресованы людям, которые действительно в них нуждались. Например, книга *«Научись любить себя»* 1987 года была написана для взрослых детей алкоголиков, переживших эмоциональное насилие со стороны своих родителей. Однако сейчас самолюбование считается крайне важным для каждого и во все времена. «Любить себя — значит знать, насколько вы велики, и не позволять никакому человеку, какому-либо месту или чему-либо мешать этому», — пишет Дайан Мэстромарино в своей метко названной книге 2003 года *«Руководство для девочек, как полюбить себя: книга о себе»*. Влюбиться в самого важного человека... в тебя. Джоэл Остин, пастор крупнейшей церкви в Соединенных Штатах, пишет: «Бог хочет, чтобы у нас было здоровое, позитивное представление о себе. Он хочет, чтобы мы чувствовали себя хорошо». Самооценка считается, как выразился один автор, нашим «национальным чудодейственным лекарством».

К сожалению, добрые намерения, стоящие за самолюбованием, иногда переходят грань нарциссизма. Когда Чиди Огбута из Аллена, штат Техас, вышла замуж, ее свадебный торт был в форме ее самой. На ее свадебных фотографиях Огбута и ее муж разрезают существо, похожее на ее близнеца. (Один комментатор на snp.com спросил: «Какую часть торта они отложили, чтобы съесть на свой годовщину? Ее голову?») Популярный плакат гласит: «Самое главное — то, как вы себя видите», над изображением фотография маленького оранжевого котенка, смотрящего в зеркало и видящего большого льва. Таким образом, это учит тому, что важно видеть себя намного лучше — больше, сильнее, способнее, — чем вы есть на самом деле. А может, и немного лучше: «Самое лучшее в Иисусе было то, что у Него была мама, которая верила, что Он — Сын Божий», — говорит на своих семинарах автор книг по самопомощи Уэйн Дайер. «Представьте, насколько лучше стал бы мир, если бы все наши мамы думали так же». Другими словами, мы все должны быть воспитаны с верой в то, что мы — второе пришествие Христа — величайший дар Бога человечеству.

Вокруг самолюбования выросла значительная индустрия. Быстрый поиск в Google выдает 191 000 результатов по запросу «как полюбить себя» с такими советами, как «Записывайте каждый раз, когда кто-то говорит о вас что-то хорошее», «Прекратите всякую критику» и «Посмотрите на себя в зеркало и

скажите: «Ты выглядишь великолепно!» Некоторые сайты даже рекомендуют ласкать свое тело. Другие жаждут, чтобы ваше самолюбование привело к их собственным деньгам, продавая «Карточки-аффирмации «Люби себя», рабочую тетрадь «Люби себя, исцели свою жизнь» или подсознательную аудиозапись «Рост самооценки». Вы можете купить футболки с надписью «Я Я» или «Люби себя». Звезды спорта часто приписывают свой успех «вере в себя», а не более вероятным причинам, таким как талант, данный Богом, и годы упорного труда.

Родителям говорят, что даже новорожденные могут ощутить пользу самолюбования. В *«Книге о грудном вскармливании»* Марты и Уильяма Сирс отмечается, что одним из преимуществ грудного вскармливания является более мягкий запах стула. Это здорово для родителей, но это хорошо и для ребенка: «Когда ребенок смотрит на лицо человека, который меняет подгузники, и видит счастье, а не отвращение, он улавливает хорошее сообщение о себе — возможно, это является преимуществом для начинающего себя почитать.» Учитывая популярность поощрения у детей самолюбования, вероятно, это будет только первый раз, когда ребенок узнает, что своё дерьмо не пахнет.

Во многих книгах по самопомощи утверждается, что любовь к себе — это панацея. Если мы просто верим в себя, гласит этот совет, все возможно. Мегабестселлер 2007 года *«Секрет»* обещает, что вы можете получить все, что захотите (особенно материальные вещи), просто визуализируя это. (Очевидно, ни один из нас, авторов, на самом деле не хотел выигрывать джекпот MegaMillions, потому что мы этого не сделали.) В интервью *Ларри Кингу в прямом эфире* о проблемах Линдси Лохан и других молодых звезд с алкоголем и наркотиками Джой Бехар из *The View* сказала: «Они получили все, что вы когда-либо хотели в жизни — они наконец-то добились своего лица на телевидении. Тем временем этот тихий голос внутри говорит: «Ты недостаточно хорош. Недостаточно хорош. И все же есть люди, живущие в бедности, которые говорят, что я достаточно хорош. Это все, что ты о себе думаешь». Согласно этой точке зрения, у молодых звезд, таких как Линдси Лохан и Пэрис Хилтон, не было бы столько проблем, если бы они просто достаточно любили себя. (Лохан объявила себя «образцом для подражания для молодых поколений, а также для поколений старше меня», а у Хилтон висит ее большая фотография над диваном в гостиной, поэтому мы предоставим вам право решить, страдает ли кто-либо из них от нехватки любви к себе.) Бритни Спирс, еще одна молодая звезда, не страдающая скромностью, также просто нуждается в большем самовосхищении, по мнению психолога, цитируемого в журнале о знаменитостях. Бритни должна каждый день смотреть на себя в зеркало и говорить: «Я люблю себя», — посоветовала она. «Бритни нужно это «Я» с большой буквы».

Одно из самых популярных современных культурных посланий — говорить детям, что они особенные. «Я особенный» появляется на футболках, наклейках и даже на автомобильных сиденьях. Однажды Кит открыл еженедельные планы уроков для дошкольного учреждения своей дочери (в

Афинах, Джорджия) и обнаружил, что трехлетние дети собирались начинать каждый день с пения песни, которая гласила: «Я особенный, я особенный, *посмотри* на меня». Он предположил, что песня «Я обещаю слушать своего отца и перестать бить его по лицу, когда он пытается меня одеть» была бы лучше. Учительница сказала Кит, что она взяла песню «Я особенная» из национального образовательного ресурса для дошкольников. В конце концов она отказалась от песни, когда Кит сказал ей, что у большинства маленьких детей уже есть высокая самооценка, и что чувство «особенности» связано с нарциссизмом. Конечно, одна песня «Я особенный» не превратит ребенка в нарциссический кошмар, так же как одна капля дождя не намочит ребенка. Но так же, как из-за ливня ребенок промокнет, поток этих «особых» сообщений может иметь негативные последствия. Сегодняшняя культура проливает достаточно нарциссизма, чтобы намочили все.

Акцент на самолюбовании детей является относительно новым. Родители, возможно, всегда считали своих детей особенными, но до недавнего времени они не ожидали, что остальной мир будет относиться к ним таким же образом. В недавнем опросе матерей и бабушек трехлетних детей, американские матери единодушно согласились с тем, что их детям необходимо иметь высокую самооценку. На вопрос: «Как вы думаете, самооценка человека может когда-нибудь быть слишком высокой?» все матери ответили «нет». Однако более двух третей бабушек заявили, что у людей определенно может быть чрезмерно завышенная самооценка; такие люди были высокомерными, эгоистичными, эгоистичными и избалованными. Бабушки отметили, что, когда они воспитывали своих детей, родители не способствовали активному повышению самооценки своих детей.

В других странах самолюбование не пропагандируется так лихорадочно (хотя, как мы обсудим в главе 16, остальной мир начинает следовать примеру Америки). Многие другие культуры подчеркивают самокритику и работу над своими слабостями как путь к успеху в школе и бизнесе. В исследовании взглядов на самооценку матери и бабушки на Тайване согласились, что самооценка не очень важна. Фактически, концепция самооценки настолько не признана в их культуре, что ни у жителей Тайваня, ни у китайцев нет слова для ее обозначения.

И такова не только Азия. Кейт недавно остался с семьей на севере Британской Колумбии, Канада, на рыбалке. Однажды вечером за ужином один из мальчиков в семье упомянул, что он застрелил кролика с шестидесяти двух ярдов из пистолета 22-го калибра. Его мать тут же посмотрела на него и сказала: «Невежливо хвастаться». Кита это удивило: большинство американских родителей сказали бы: «Да, это правда, мой сын — многообещающий Дикий Билл Хикок». Кит рассказал семье, что в Соединенных Штатах мы на самом деле поощряем детей хвастаться, и что, если вы поместите выстрел из винтовки в замедленном режиме на видео на YouTube под хорошую фоновую музыку, ваш ребенок может на несколько минут стать знаменитым. Мать ответила, что там, где они живут, они судят

о людях по их характеру и достижениям. Она не думала, что эту систему нужно менять. Кит согласился.

Но здесь, в Соединенных Штатах, мы зашли слишком далеко в стремлении к самолюбованию — настолько далеко, что наша культура размыла различие между самооценкой и нарциссизмом крайним, самым разрушительным образом. Большинство людей понимает, что нарциссизм имеет негативный оттенок, но не осознает, что язык самолюбования ходит по краю пропасти, называемой нарциссизмом, — и часто проваливается. Отношение к ребенку как ко Христу, песенки вроде «Я – особенный» и ношение рубашки с надписью «Слишком крут для тебя» прививает нарциссизм, а не базовую самооценку. Америка переборщила с самолюбованием, и наше «чудо-лекарство» имеет серьезные побочные эффекты, такие как высокомерие и эгоцентризм. В стремлении повысить самооценку наша культура, вероятно, открыла дверь чему-то темному и зловещему.

ГЛАВА 2

Болезнь чрезмерного самолюбования и пять главных мифов о нарциссизме

Восхищение собой звучит великолепно и является центральным принципом современной американской культуры. Но у самолюбования, зашедшего слишком далеко, есть явная обратная сторона: нарциссизм и все вытекающее из него негативное поведение.

Нарциссизм — это психологический термин, но даже люди, которые никогда не посещали курсы психологии, легко узнают его, когда встретят. Другие распространенные названия нарциссизма включают высокомерие, тщеславие, грандиозность и эгоцентризм. Нарцисс полон себя, высокомерен, груб, любит звук своего голоса и является легендой в своем собственном сознании. Многие эгоцентричные придурки являются нарциссами, но также и множество гладких, внешне обаятельных и харизматичных людей (которые, к сожалению, позже оказываются эгоцентричными и нечестными). Нарцисс имеет завышенное представление о своих способностях, подобно котенку, который видит себя львом на популярном плакате. Нарциссы не просто уверены в себе, они слишком самоуверенны. Короче говоря, нарциссы слишком восхищаются собой.

Слово «*нарциссизм*» происходит от греческого мифа о Нарциссе, привлекательном молодом человеке, который отправился искать кого-то, кого можно полюбить. В него влюбляется прекрасная нимфа Эхо и повторяет все, что говорит Нарцисс, но он отвергает ее, и она угасает. Нарцисс продолжает искать идеальную пару, пока однажды не видит собственное отражение в воде. Нарцисс влюбляется в свой образ и смотрит на него до самой смерти. В этом месте на берегу реки рос цветок, ныне известный как нарцисс (подвид нарцисса). Миф о Нарциссе отражает трагедию самолюбования, потому что Нарцисс застывает от своего самолюбования и не может общаться ни с кем, кроме себя, — и его нарциссизм вредит другим людям (в данном случае Эхо). Легенда отражает реальную жизнь, в которой самые серьезные последствия нарциссизма обрушиваются на других и общество.

Сегодня, благодаря трудам Фрейда и других, мы используем имя мифического Нарцисса, чтобы уловить личностную черту нарциссизма. Центральной чертой нарциссизма является очень позитивный и преувеличенный взгляд на себя. Люди с высоким уровнем нарциссизма, которых мы называем «нарциссами», думают, что они лучше других по социальному статусу, внешней привлекательности, интеллекту и творческим способностям. Однако это не так. Если оценивать объективно, нарциссы такие же, как и все остальные. Тем не менее, нарциссы считают себя фундаментально превосходящими остальных — они особенные, дерзкие, уникальные. Нарциссам также не хватает эмоционально теплых, заботливых

и любящих отношений с другими людьми. В этом главное различие между нарциссом и кем-то с просто высокой самооценкой: человек с высокой самооценкой, который не является нарциссом, ценит отношения, а нарцисс — нет. Результатом является фундаментально несбалансированное «я» — грандиозная, раздутая самооценка и отсутствие глубоких связей с другими.

Нарциссы также сталкиваются с интересной психологической проблемой: как продолжать чувствовать себя особенным и важным человеком, особенно если это не так? Один из подходов — просто использовать других людей в качестве пешек в великой игре обмана. Если вы сделаете это хорошо — убедив себя и всех остальных, что вы настолько замечательны, насколько вам кажется, — вы сможете стать победителем в игре самолюбования.

Нарциссы могут хвастаться своими достижениями (в то же время обвиняя других в своих недостатках), сосредотачиваться на своей внешности, ценить материальные блага, которые отражают статус («Кто-нибудь видел мои ключи от BMW?»), широко жестикулировать, постоянно переводить разговор на себя, манипулировать и обманывать, чтобы добиться успеха, окружать себя людьми, которые смотрят на них снизу вверх (например, «отряд» или окружение), искать «трофейных партнеров», с которыми будут хорошо выглядеть, и не упускать возможности привлечь внимание и славу. Поскольку нарциссы не ценят теплые и заботливые отношения, они могут делать все это, не заботясь о других, часто манипулируя людьми и эксплуатируя их, а также рассматривая других как инструмент, позволяющий им выглядеть и чувствовать себя хорошо.

Исследователи назвали эти попытки добиться самолюбования «стратегией саморегуляции». Нарцисс проводит свою жизнь, регулируя свои социальные отношения, чтобы максимизировать самолюбование. Когда это срывается, нарцисс чувствует прилив уважения и гордости; когда это терпит неудачу, нарцисс реагирует гневом, обвинением, а иногда и яростью. Подумайте, например, о двух лицах О. Дж. Симпсона: обаятельная, симпатичная звезда спорта, которая бегала по аэропортам в рекламе Hertz, и бывший муж, предположительно склонный к убийству, который, как он рассказывает в своей книге *«Если бы я это сделал»*, возможно, убил два человека, когда он считал, что его бывшая жена не проявила к нему достаточного уважения. Оба лица О-Джея — грани нарциссизма. Жестокая сторона нарциссизма вдохновила исследователя Дель Паульуса назвать нарциссизм одной из «Тёмной триады» (две другие — это макиавеллизм, или манипулятивность, и социопатия, которая проявляется в антисоциальном поведении). Как заметил доктор Дрю Пински: «Нарциссам приятно находиться рядом. Они замечательные и занимательные. Они — душа вечеринки, и они действительно могут заставить вас чувствовать себя хорошо. Но храни вас Бог, если вы оказались у них на пути».

ИЗМЕРЕНИЕ НАРЦИССИЗМА

Когда психологи оценивают нарциссические черты личности у людей, они обычно используют Опросник нарциссической личности (NPI),

разработанный в 1980-х годах Робертом Раскином и Говардом Терри в Институте оценки и исследований личности Калифорнийского университета в Беркли. Наиболее распространенная форма шкалы объединяет 40 нарциссических утверждений с не нарциссическими, предлагая респонденту выбрать, какое из них лучше всего описывает его или ее. Респондентам не сообщили, что тест измеряет нарциссизм. Попробуйте сами, используя приведенную ниже сокращенную версию (если честно, вам придется напомнить себе, поскольку в отличие от большинства респондентов вы знаете, что она измеряет):

В каждой из следующих пар выберите то, с которым вы **НАИБОЛЕЕ СОГЛАСНЫ**. Отметьте свой ответ, написав **ЛИБО А** или **В** в отведенном для этого месте. Отметьте только **ОДИН ОТВЕТ** для каждой пары установок.

1. _____	А. Мысль о том, чтобы править миром, меня чертовски пугает. Б. Если бы я правил миром, он был бы намного лучше.
2. _____	А. Я предпочитаю сливаться с толпой. Б. Мне нравится быть в центре внимания.
3. _____	А. Я могу прожить свою жизнь так, как захочу. Б. Люди не всегда могут жить так, как им хочется.
4. _____	А. Я не особенно люблю хвастаться своим телом. Б. Мне нравится демонстрировать свое тело.
5. _____	А. Я никогда не буду удовлетворен, пока не получу все, что заслуживаю. Б. Я буду получать удовлетворение по мере его поступления.
6. _____	А. Я не лучше и не хуже большинства людей. Б. Я думаю, что я особенный человек.
7. _____	А. Мне легко манипулировать людьми. Б. Мне не нравится, когда я манипулирую людьми.
8. _____	А. Я стараюсь не хвастаться. Б. Обычно я буду хвастаться, если у меня будет такая возможность.
9. _____	А. Я очень похож на всех остальных. Б. Я необыкновенный человек.
10. _____	А. Мне нравится иметь власть над другими людьми. Б. Я не против выполнять приказы.

ОЦЕНКА:

Вопросы 3, 5, 7 и 10. Поставьте себе 1 балл, если вы ответили А.

Вопросы 1, 2, 4, 6, 8 и 9. Поставьте себе 1 балл, если вы ответили В.

0–3 балла: у вас низкий уровень нарциссизма.

4–5 баллов: по нарциссизму вы набрали примерно столько же, сколько средний студент колледжа. Это немного выше среднего показателя для человека старше 40 лет.

6–7 баллов: ваш уровень нарциссизма выше среднего.

8–10 баллов: ваш балл по нарциссизму значительно выше среднего.

Разработка парных утверждений является основной сильной стороной NPI. Людям, заполняющим анкету, не нужно беспокоиться о том, что они выставят себя в дурном свете, поскольку оба варианта одинаково желательны для общества. Чаще всего используется общий балл по всем 40 пунктам NPI, хотя NPI также можно разбить на семь субшкал, измеряющих авторитет, эксгибиционизм, эксплуататорство, привилегии, самодостаточность, превосходство и тщеславие.

Не существует стандартного порога высокого или проблемного нарциссизма по NPI, кроме сравнения со средним значением, поскольку каждая точка шкалы имеет тенденцию предсказывать лишь немного более нарциссическое поведение. Люди с высокими показателями нарциссизма не обязательно относятся к другому виду или типу людей — просто у кого-то больше черт, чем у других. Большинство людей время от времени проявляют хотя бы несколько нарциссических тенденций, но чем больше они проявляются, тем более нарциссическими они становятся.

В большинстве исследований нарциссической личности используется NPI, поэтому шкала является важной частью определения нарциссизма. Нарцисс свободно признает эти специфические черты, даже если он или она отрицает, что является нарциссом. Использование валидного и надежного показателя, такого как NPI, также сводит на нет аргументы по поводу пунктов. Вы можете не согласиться с тем, что чувствовать себя особенным, жить так, как вам хочется, или искать внимания — это нарциссическая черта. Однако это не имеет значения, поскольку оценка по шкале *сама по себе* предсказывает конкретное поведение и отношение. Когда исследователи обнаруживают, что нарциссы проявляют меньше эмпатии, это означает, что люди, которые согласны с большим количеством пунктов NPI, проявляют меньше эмпатии. Независимо от того, соответствуют ли эти элементы вашему личному определению нарциссизма, исследование за исследованием показывает, что *эти элементы* предсказывают определенные ценности и поведение. Неважно, называете ли вы это нарциссизмом, уверенными амбициями, исключительностью или чем-то еще — шкала связана с этими результатами.

Еще одним важным вопросом является разница между личностной чертой нарциссизма и нарциссическим расстройством личности (НРЛ). Мы все время видим, что это путается, поэтому хотим внести ясность: *быть крайне нарциссическим или нарциссом — это не то же самое, что иметь диагностированное психическое расстройство или патологический уровень нарциссизма*. Чтобы поставить диагноз НРЛ, человек должен соответствовать как минимум пяти из девяти конкретных критериев, описывающих долго-

срочную модель поведения, включающую в себя грандиозность, отсутствие сочувствия и потребность в восхищении. Человек также должен страдать от какой-либо формы нарушений, таких как депрессия, неудачи на работе или очень сложные близкие отношения. Только обученный специалист может диагностировать НРЛ. НРЛ встречается реже, чем нарциссическая личность, поскольку нарциссическая личность не обязательно должна быть такой экстремальной, как НРЛ, или ассоциироваться с клинически значимыми проблемами.

Клиническое определение НРЛ вызвало споры среди психологов. Некоторые исследователи утверждают, что клинический НРЛ охватывает два разных типа людей: экстравертированных, общительных и эксгибиционистских людей, таких как те, кто имеет высокие баллы по NPI, и более интровертированных, депрессивных, уязвимых и психологически пустых (но также и грандиозных) людей, которые иногда наблюдаются в психотерапии. Хорошим примером «уязвимого» нарцисса является парень из комиксов «Симпсоны», явно отличающийся от классического общительного «крутого» нарцисса. Диагностическое руководство, используемое некоторыми терапевтами, разделяет нарциссизм на эти два типа, и это различие может появиться в следующей версии *Диагностического и статистического руководства по психическим расстройствам*, известного как DSM.

В этой книге мы фокусируемся на более общительной, эксгибиционистской форме нарциссизма, а не на более уязвимой форме (хотя в некоторых местах мы обсуждаем уязвимую форму, например, рост расстройств пищевого поведения). Мы также больше уделяем внимание нарциссической личности, чем НРЛ, потому что эпидемия нарциссизма выходит далеко за рамки 1 из 16 американцев, у которых НРЛ в какой-то момент жизни были клинически нарушены. «Нормальные» нарциссы встречаются гораздо чаще и, следовательно, потенциально более разрушительны. Например, у большинства людей, находящихся в 90-м процентиле по шкале NPI, не диагностирован клинический НРЛ, но они причиняют много неприятностей окружающим их людям — возможно, даже больше, чем люди с НРЛ, поскольку они все еще функционируют хорошо (по крайней мере на данный момент).

Последний, но очень важный вопрос — это разница между нарциссизмом как чертой личности и нарциссизмом как культурным состоянием. Эпидемия нарциссизма включает в себя две взаимосвязанные истории. Одна история о высоком уровне нарциссизма среди людей. Другая история связана с изменением наших общих культурных ценностей в сторону большего нарциссизма и самолюбования. Эти две проблемы, конечно, связаны, но культурные изменения даже более драматичны, чем изменения личности. Мы подробно обсудим проблему личности и культуры ближе к концу этой главы.

МИФЫ, Окружающие нарциссизм

Когда мы говорим с людьми о нарциссизме, мы всегда получаем много интересных вопросов. Многие из них попадают в то, что мы называем

«пятью главными мифами о нарциссизме». (Мы рассмотрим шестой миф о том, что нужно быть нарциссическим, чтобы добиться успеха, в следующей главе, а седьмой о том, что нужно любить себя, чтобы любить кого-то другого, в главе 13.)

МИФ 1: Нарциссизм – это «действительно высокая» самооценка

Нарциссизм часто путают с «действительно высокой» самооценкой. У нарциссов *действительно* высокая самооценка, и на самом деле многие методы, используемые для повышения самооценки, могут привести к еще большему нарциссизму. Но нарциссизм и самооценка существенно различаются. Нарциссы думают, что они умнее, красивее и важнее других, но не обязательно более нравственны, заботливы или сострадательны. Нарциссы не хвастаются тем, что они самые милые и заботливые люди в мире, но им нравится указывать на то, что они победители или что они привлекательны (как девочки-подростки Джин над головой в раздевалке УМСА). одна из них посмотрела в зеркало, широко ухмыльнулась и громко заявила: «Ух ты, я выгляжу горячо!» Затем она начала перечислять всех мальчиков, которые тоже так думали). Люди с просто высокой самооценкой также имеют позитивное мнение о себе, но они также считают себя любящими и нравственными людьми. Это одна из причин, по которой нарциссам не хватает перспективы: близкие отношения держат эго под контролем. Например, если вы обыграли близкого друга в теннисном матче, вы обычно не кричите: «На тебе в лицо!» и не танцуете свой победный танец. Вы говорите: «Хорошая игра». Нарциссам не хватает заботы о других, поэтому их самолюбование часто выходит из-под контроля.

МИФ 2: Нарциссы не уверены в себе и имеют низкую самооценку

Многие люди считают, что нарциссы на самом деле не уверены в себе и «ненавидят себя глубоко внутри». Их самомнение, согласно этой теории, является всего лишь прикрытием для их глубоко укоренившихся сомнений в себе. Эту идею можно проследить до некоторых направлений психодинамической теории, которые предполагают, что нарциссизм — это защита от «пустого» или «разъяренного» «Я», скрытой низкой самооценки или глубоко укоренившегося чувства стыда. Психологи иногда называют это «моделью маски», поскольку она предполагает, что нарциссизм — это маска низкой самооценки. Этот аргумент соблазнителен в своем удобстве, позволяя нам списать нарциссических людей как несовершенные души, которым просто нужно научиться достаточно любить себя — панацея нашей культуры. Мы можем поверить, что нарциссы на самом деле страдают, даже когда выглядят счастливыми и самодовольными. Эта точка зрения также согласуется со многими психодинамическими объяснениями поведения, в которых сознательное и бессознательное противопоставляются, например, с борцом за борьбу с порнографией, который тайно покупает *Hustler* в коричневом бумажном пакете в 7-Eleven, или борцом с геем, на самом деле являющимся гомосексуалистом.

Модель нарциссизма «прикрытие незащищенности» широко распространена в нашей культуре. В телепередаче «Скорая помощь» коллега противостоит злобному, язвительно-саркастическому хирургу-ординатору, говоря: «Что такого в вашей потребности принижать других людей? Оскорбление кого-то заставляет вас чувствовать себя мужчиной, укрепляет ту небольшую самооценку, за которую вы цепляетесь? Я даже не могу представить, что произошло в твоей жизни, что сделало тебя человеком, которого все ненавидят». Обычно уверенный в себе ординатор хирургии выглядит растерянным и тут же роняет бумаги, которые несет с собой, что является отличным телевизионным сокращением фразы «Вы правы». Ты открыл скрытую правду о моей бедной, изнуренной душе». На «7-м небе» неприятный персонаж Роуз внезапно решает учитывать чувства других людей. «Я была совершенно эгоцентричной и снисходительной», — признается она Энни, матери своего жениха. «Думаю, такое состояние у меня началось после того, как мои родители развелись. Я винил себя. Чем больше я винил себя, тем хуже себя чувствовал и тем меньше думал о себе. Чтобы скрыть это, я начал вести себя выше всех, чтобы никто не знал, что я чувствую себя никем». Энни не только верит ей, но и решает, что Роуз на самом деле замечательный человек.

Большая часть доступной информации о нарциссизме основана на ошибочном представлении о том, что в основе нарциссов лежит низкая самооценка. На одном из интернет-сайтов отмечается, что нарциссы «на самом деле имеют низкую самооценку и испытывают чувство незащищенности среди других. Именно это чувство неуверенности заставляет их создавать грандиозный образ себя, идеального во многих отношениях». Тренер знаменитостей Патрик Ванис рассказал MSNBC: «Пэрис Хилтон страдает нарциссизмом. Хотя она кажется уверенной в себе, на самом деле она не уверена в себе, высокомерна и имеет низкую самооценку». Дженис написала на доске комментариев *New York Times*: «Чтобы справиться с нарциссами, полезно помнить, что размер «эго» человека обратно пропорционален уровню самооценки. В глубине души нарциссы очень не уверены в себе и недовольны собой; именно эти проблемы с самого начала делают их нарциссичными». Многие люди видят в неуверенности решающее различие между нарциссизмом и уверенностью в себе. Это способ получить свой торт и съесть его: вы можете чувствовать себя прекрасно, любясь собой, но пока вы в безопасности, это не нарциссизм.

Однако нет никаких доказательств того, что экстравертные нарциссы, на которых мы фокусируемся в этой книге, имеют низкую самооценку или скрыто не уверены в себе — они очень любят себя, и даже больше, чем средний человек. Взрослые, которые имеют высокие показатели нарциссизма, обычно имеют высокие показатели и по самооценке. Наиболее распространенный показатель самооценки состоит из таких пунктов, как «Я чувствую, что являюсь достойным человеком, по крайней мере, наравне с другими» и «Я чувствую, что у меня есть ряд хороших качеств». Тот, кто считает, что имеет право на лучшее, не найдет здесь ничего, с чем

можно было бы не согласиться. Для нарциссических людей эти элементы самооценки звучат как бледная тень их собственного величия. «Держу пари, что я человек достойный — больше, чем большинство людей!» они думают. «У меня *множество* хороших качеств, а не какой-то там жалкий ряд!» У подгруппы «уязвимых нарциссов» действительно случаются приступы низкой самооценки, и они могут в конечном итоге обратиться к терапии, но в этой книге мы больше фокусируемся на социально подкованных нарциссах, которые оказывают наибольшее влияние на культуру. Большая часть путаницы в отношении нарциссизма возникает из-за мысли, что большинство нарциссов похожи на этих уязвимых нарциссов, но это не так.

Но что, если эти общительные нарциссы просто *говорят*, что у них высокая самооценка? Возможно, глубоко внутри они действительно не любят себя, и их нарциссизм является защитным прикрытием отсутствия у них истинной самооценки. Новые методы социальной психологии значительно облегчили ответы на такие вопросы. Тест неявных ассоциаций (IAT), разработанный Тони Гринвальдом из Вашингтонского университета и Махзарином Банаджи из Гарварда, измеряет, насколько быстро люди могут связать два понятия. IAT впервые использовался для измерения расовых предрассудков. В этой версии изображения белых и черных лиц появляются на экране компьютера рядом со словами «хорошо» и «плохо». В первом раунде тестируемые нажимают клавишу сбоку клавиатуры под «хорошо», если появляется белое лицо, и под «плохо», если появляется черное лицо. Затем они делают обратное: белые лица сочетаются с «плохими», а черные лица с «хорошими». Компьютер измеряет, насколько быстро люди могут нажать клавишу для каждой пары; способность сочетать белые лица с «хорошими» быстрее, чем черные лица, показывает предпочтение белым (попробуйте сами на <https://implicit.harvard.edu/implicit/>). Многие люди, которые не выражают особых предубеждений в явных опросах, по-прежнему демонстрируют скрытые расовые предубеждения в этом тесте. Автор Малкольм Гладуэлл, который писал о бессознательных ассоциациях в своей книге «Озарение» и сам принадлежит к смешанной расе, был смущен, обнаружив, что ему трудно сочетать черные лица с «хорошими», но легко сделать то же самое с белыми лицами. Этот тест представляет собой интригующую меру наших истинных убеждений — бессознательных чувств и ассоциаций, которые мы впитали из нашей культуры.

Исследователи недавно адаптировали IAT для измерения самооценки: респонденты сочетают ключи «я» и «не я» с положительными и отрицательными словами. Людям с высокой самооценкой легко ассоциировать себя с положительными словами, такими как «хороший» и «прекрасный», но они реагируют гораздо медленнее, когда пытаются сочетать «я» с «ужасным» и «неправильным». Некоторые исследователи использовали эту технику, чтобы выяснить, как нарциссы на самом деле чувствуют себя «глубоко внутри».

Оказывается, глубоко внутри нарциссы думают, что они *потрясающие*. Нарциссическим людям было так же легко (или даже проще), чем не

нарциссам, нажимать клавишу «я», когда они видели такие слова, как «хорошо», «замечательно», «великолепно» и «правильно», и им было так же или даже труднее нажать «я» к таким словам, как *плохой, ужасный, ужасный и неправильный*. У нарциссов также была более высокая бессознательная самооценка, чем у не нарциссов, по таким критериям, как *напористый, активный, энергичный, откровенный, доминирующий и восторженный* (по сравнению с такими словами, как *тихий, сдержанный, молчаливый, замкнутый, покорный и сдержанный*). Нарциссы получили только средний балл, по таким словам, как *добрый, дружелюбный, щедрый, готовый к сотрудничеству, приятный и ласковый* (по сравнению с *подлым, грубым, скупым, сварливым, ворчливым и жестоким*), но даже в этой области они не проявили никаких признаков низкой самооценки. Таким образом, у нарциссов очень похожие взгляды на себя внутри и снаружи: они уверены в себе и уверены в том, что они победители, но считают, что забота о других не так уж и важна.

Другой способ взглянуть на бессознательную самооценку — это «задание на имя и букву», в котором исследователи просят людей оценить буквы алфавита в зависимости от того, насколько они красивы или симпатичны. Оценка букв своего имени (особенно первой буквы) как более симпатичных или красивых — хороший показатель внутренней самооценки. Если бы у нас, авторов, была высокая неосознанная самооценка, мы бы нашли буквы *j* или *k* особенно красивыми. Разумеется, нарциссы думают, что буквы их имени мощные, напористые и немного более красивые, но не более добрые и заботливые. Опять же, нарциссизм — это не глубокая ненависть к себе или низкая самооценка, а уверенность в индивидуальных достижениях в сочетании с нейтральным или негативным отношением к близости и эмоциональной близости с другими.

Нарциссизм как прикрытие неуверенности является важной проблемой, поскольку многие люди полагают, что нарциссизм можно вылечить еще *большим* самолюбованием. Это невозможно. «Если бы у Майкла было больше самоуважения, он не был бы таким неуважительным», — скажут они. Правда в том, что Майкл может вести себя неуважительно, потому что он думает, что он лучше вас, и чувствует, что его потребности важнее ваших. Повышенная самооценка, особенно если она переходит в нарциссизм, может только усугубить эту проблему. Таким образом, очень важно, чтобы программы, работающие со школьными хулиганами, были очень осторожны, пытаясь повысить их самооценку, поскольку непредвиденным последствием может стать нарциссизм. Хулиганам нужно научиться уважать других. Они уже слишком уважают себя.

МИФ 3: Нарциссы действительно замечательные/красивее/умнее

Возможно, нарциссы правы в своей уверенности в том, что они особенные, потому что они действительно особенные. Конечно, было бы легче быть нарциссом, если бы вы были действительно красивы или особенно талантливы в чем-то, но не так уж много доказательств

того, что нарциссы в среднем лучше. Два исследования показали, что нарциссы не набрали более высоких баллов по объективным тестам IQ, а другое не выявило корреляции между нарциссизмом и успеваемостью в тесте на общие знания. Исследования креативности неоднозначны: одно обнаруживает положительную корреляцию, а другое не обнаруживает никакой связи. Нарциссы также выглядят не лучше: в двух исследованиях незнакомцы, оценивавшие портретные снимки, нашли нарциссов не более привлекательными, чем другие, даже несмотря на то, что *они* считали их более привлекательными (одно из этих исследований носило умное название «Нарциссические мужчины и женщины думают, что они горячи — но это не так»). Однако нарциссы знают, как выбрать себе удачную фотографию (или сделать достаточно фотографий, чтобы хотя бы одна из них была удачной). Например, изображения, которые нарциссы выбирали для своих личных веб-страниц, были оценены наблюдателями как более привлекательные. В целом нарциссы считают, что они умнее и красивее, чем есть на самом деле.

МИФ 4: Какая-то доля нарциссизма полезна для здоровья

Некоторые люди спрашивали нас: «Так стоит ли нам всем вместо этого ненавидеть себя?» Конечно, нет. Утверждать, что ненависть к себе — это альтернатива любви к себе, — ошибочный выбор. Точно так же, как исследователи ожирения не говорят, что все американцы должны страдать анорексией, мы не предлагаем ненавидеть себя. Небольшое количество людей действительно ненавидит себя, и им не помешало бы немного самолюбования. Но вы можете прекрасно любить себя, не любя себя чрезмерно. Мы считаем, что всем было бы лучше не концентрироваться так сильно на самоощущении — положительном или отрицательном. Вместо этого сосредоточьтесь на жизни: своих отношениях с другими, своей работе или красоте мира природы. Подумайте о самой глубокой радости, которую вы испытываете в жизни: обычно она не возникает от мыслей о том, какой вы великий. Вместо этого оно возникает из-за связи с миром и отстранения от себя, например, когда вы наслаждаетесь временем с друзьями, семьей и детьми, заняты на работе или выполняете всепоглощающие задачи, такие как рисование, письмо, рукоделие, легкая атлетика или помогая другим.

Полезна ли некоторая доля нарциссизма? Реальный вопрос: «Полезна для кого?» Например, эгоизм может позволить вам получить большой кусок десерта после ужина, но это повредит вашим долгосрочным отношениям с друзьями и может стоить вам приглашения на ужин в будущем. Нарцисс, вероятно, оказался бы в первой спасательной шлюпке тонущего корабля — да, он способен адаптироваться, но нехорошо, если он отнимает место вдали от ребенка. Точно так же здорово есть, когда вы голодны, но не так уж здорово, если вы выхватываете еду изо рта ребенка.

Причинять вред другим неправильно, и это убеждение определяет нашу позицию относительно того, полезно ли самолюбование. Нарциссическое поведение, которое заставляет других страдать, не является «здоровым». Нарциссизм в ущерб собственной эффективности (например, неудача в

выполнении задания из-за чрезмерной самоуверенности) также вреден для здоровья. Получать прилив волнения и самоуважения от того, что вы в своем воображении являетесь легендой, кажется немного нездоровым, но, эй, если это работает для вас и не оказывает отрицательного влияния на других в вашей жизни или на вашу собственную производительность, мы не будем делать из этого проблему. Таким образом, нарциссизм, который помогает работать, но не вредит другим, например уверенность, которая может вам понадобиться перед большим публичным выступлением, является более здоровым аспектом нарциссизма, хотя, вероятно, есть и другие способы получить тот же результат, не сосредотачиваясь слишком сильно на себе.

Миф 5: Нарциссизм – это просто физическое тщеславие

Хотя тщеславие, безусловно, является одной из негативных характеристик нарциссов (о которой мы поговорим в главе 9), оно далеко не единственное. Нарциссы также материалистичны, самоуверенны, агрессивны, когда их оскорбляют, и не заинтересованы в эмоциональной близости.

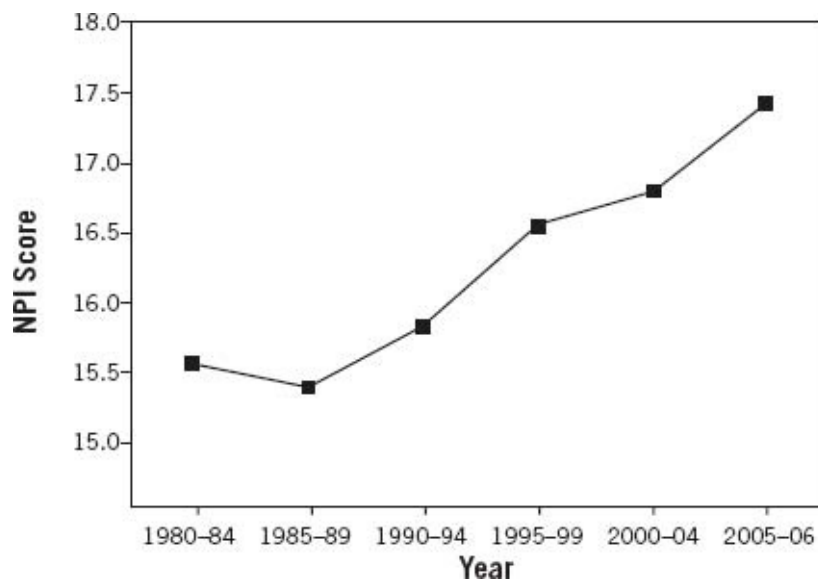
ЭПИДЕМИЯ НАРЦИССИЗМА РАСТЕТ?

Зная об опасности нарциссизма, мы задались вопросом, не стала ли эта негативная черта личности сейчас более распространенной, чем в прошлом. Среди детей и студентов колледжей выросла самооценка, равно как и некоторые другие черты, коррелирующие с нарциссизмом.

Итак, мы решили определить, распространяется ли распространенная тенденция к самолюбованию в Америке на нарциссизм. После многих часов поиска в базах данных по психологии и исследовательских отчетах мы и наши соавторы Сара Конрат, Джошуа Фостер и Брэд Бушман нашли 85 выборок из 16 275 студентов колледжей, которые заполнили опросник нарциссической личности в период с 1979 по 2006 год. Это позволило нам изучить прошлое, чтобы увидеть, как предыдущие поколения ответили на этот вопросник, когда они учились в колледже, и сравнить их ответы с ответами более поздних студентов.

Мы обнаружили, что стремление к самолюбованию имеет темную сторону. Студенты колледжей 2000-х годов были значительно более нарциссическими, чем представители поколения X и бэби-бумеры 1970-х, 80-х и 90-х годов. Бумеры, поколение, известное своей эгоцентричностью, были превзойдены своими детьми. К 2006 году две трети студентов колледжей набрали баллы выше исходного среднего показателя шкалы за 1979–85 годы, что на 30% больше всего за два десятилетия. Один из четырех недавних студентов колледжа ответил на большинство вопросов нарциссического направления. Всплеск нарциссизма, похоже, ускоряется: рост в период с 2000 по 2006 год был особенно резким. Изменения были особенно значительны для женщин; мужчины по-прежнему имеют более высокие показатели нарциссизма, чем женщины, но молодые женщины сокращают этот разрыв.

Результаты опросника нарциссической личности студентов колледжей, 1982–2006 гг. из 31 кампуса по всей территории США



Источник: Твенге Дж. М., Конрат С., Фостер Дж. Д., Кэмпбелл В. К. и Бушман Б. Дж. (2008). Это раздувается с течением времени: межвременной метаанализ опросника нарциссической личности. Журнал личности, 76, 875–901.

За последние несколько десятилетий нарциссизм вырос так же, как и ожирение. Другими словами, эпидемия нарциссизма столь же широко распространена, как и эпидемия ожирения. Также полезно рассмотреть, как бы выглядел рост нарциссизма, если бы он произошел по каким-то другим знакомым измерениям: это то же самое, как повышение балла SAT на 75 баллов (из 1600) или увеличение роста всех мужчин примерно на 4 см.

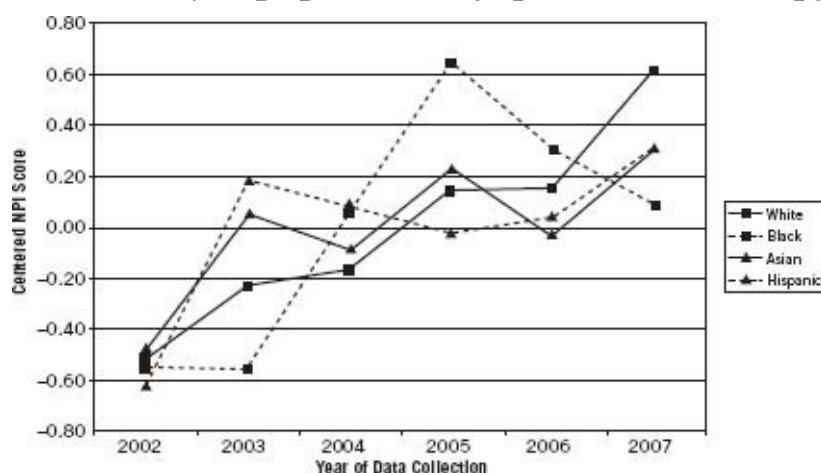
Конечно, это исследование показывает сдвиг в среднем: многие студенты колледжей не являются нарциссами. Но вы, вероятно, увидите это среди большего количества молодых людей, потому что сейчас больше студентов с высоким уровнем нарциссизма. Небольшое или среднее изменение среднего балла приводит к гораздо большему изменению высоких баллов.

Другое исследование получило широкое освещение в прессе, поскольку оно, казалось, поставило под сомнение наши результаты, не обнаружив никаких изменений в нарциссизме. Это исследование имело ряд ограничений. Оно анализирует данные только из трех кампусов, все в Северной Калифорнии, по сравнению с 31 кампусом по всей стране из 21 штата в нашем исследовании. В их исследовании также было очень сложно разделить влияние кампуса и времени, поскольку выборка 1980-х годов была взята из Калифорнийского университета в Беркли и Калифорнийского университета в Санта-Крус, выборка 1990-х годов — из Беркли, а все данные 2000-х — из Калифорнийского университета в Дэвисе. Таким образом, кампус полностью перепутали с годом: поэтому, если выборка 1990-х годов имела более высокий балл, чем выборка 2000-х, не было никакого способа определить, является ли причиной разницы поколение или кампус. Это вполне возможно,

поскольку Беркли — это городской кампус, который привлекает студентов из больших городов, а Дэвис — очень сельский и привлекает выходцев из сельскохозяйственных частей штата (талисман Дэвиса — Эджи, а кампус хорошо известен своими ветеринарными курсами). Эти выборки также были не очень репрезентативными для студентов колледжей США; к 2008 году 44% их выборки составляли американцы азиатского происхождения, хотя по всей стране только 6% студентов колледжей являются американцами азиатского происхождения. Поскольку американцы азиатского происхождения имеют более низкие баллы по индексу NPI, эти выборки сильно отличаются от остальной части страны. Когда мы исследовали эти данные внутри этнических групп (например, белых, американцев азиатского происхождения) и внутри кампуса (Калифорнийский университет в Дэвисе, где было больше всего данных), нарциссизм заметно возрос. С 2002 по 2008 год показатели нарциссизма в этой выборке росли даже быстрее, чем мы обнаружили в нашем исследовании. Таким образом, даже исследование, призванное бросить вызов нашему, на самом деле обнаружило поразительный рост нарциссизма с течением времени в последние годы.

Тенденция к нарциссизму в американской культуре формировалась уже давно. Данные о личности, которые мы имеем от студентов колледжей, заполняющих NPI, относятся только к 1979 году. Но рост нарциссизма, вероятно, начался по крайней мере десятилетием раньше. Например, можно с относительной уверенностью сказать, что студенческие бумеры конца 1960-х и 70-х годов были более самовлюбленными и эгоцентричными, чем более уравновешенные студенты колледжей 1950-х и начала 1960-х годов (теперь им 65 лет и старше). Вероятно, поэтому реклама услуг пенсионного планирования за последние несколько лет внезапно изменила свой подход, сосредоточившись больше на «мечтах», веселье и возвращении в детство (рассчитанная на бумеров реклама Ameriprise с Деннисом Хоппером заявляет: «Мечты не уходят на пенсию»). Почти все черты, связанные с нарциссизмом, усилились в период с 1950-х по 90-е годы, включая напористость, доминирование, экстраверсию, самооценку и индивидуалистическую направленность. Даже некоторые старшие поколения позже обратились к современному образу мышления; В одной выборке женщин, родившихся в конце 1930-х годов, заметно увеличились нарциссические и индивидуалистические черты в 1970-е годы, когда им было уже за сорок. Эти тенденции продолжают свое восхождение, и дети бэби-бумеров опережают их по всем показателям, включая нарциссизм. Хотя бумеры восстали против своих прямолинейных родителей в 1960-х годах, их собственные потомки более чем счастливы продолжать фокусировать внимание своих родителей на себе. Однако наша цель в этой книге не состоит в том, чтобы выделить то или иное поколение. Хотя культурные изменения часто больше всего затрагивают молодых людей, среди людей всех возрастов много нарциссизма. Кроме того, — мы не можем не подчеркнуть это, — молодые люди не воспитывали себя сами. Они откуда-то получили эти нарциссические ценности, часто от своих родителей или сообщений в СМИ, созданных пожилыми людьми.

NPI студентов Калифорнийского университета в Дэвисе, 2002–2007 гг. Центрировано внутри этнической группы



Источник: Твенге, Дж. М. и Фостер, Дж. Д. (2008). Картирование масштабов эпидемии нарциссизма: рост нарциссизма в 2002–2007 годах внутри этнических групп. Журнал исследований личности, 42,1619–1622.

В обоих наборах данных о нарциссических чертах на протяжении поколений использовались студенты колледжей — любимая (и бесплатная) плененная аудитория каждого психолога-исследователя и, таким образом, единственная группа населения, которая заполнила NPI за три десятилетия. Мы не знаем наверняка, распространяются ли изменения на детей, подростков и молодых людей, не обучающихся в колледже, но другие источники данных указывают в этом направлении. В одном исследовании сравнили более 11 000 подростков в возрасте от 14 до 16 лет, которые заполнили длинную анкету в 1951 или 1989 году. Из более чем 400 вопросов наибольшие изменения с течением времени продемонстрировал вопрос «Я — важный человек». В 1950-е годы с этим утверждением соглашались только 12% подростков, но к концу 80-х уже более 80% девочек и 77% мальчиков заявили, что они важны. Исследование под названием «Мониторинг будущего» показало, что число старшеклассников, которые сказали, что «иметь много денег» «чрезвычайно важно», увеличилось на 66% в период с 1976 по 2006 год. Опрос Harris Interactive, проведенный в 2008 году, показал, что люди в возрасте от 21 до 31 года признаются самыми жадными и снисходительными к себе — даже сами двадцатилетние, которые на самом деле с *большой* вероятностью, чем старшие поколения, соглашались с тем, что молодое поколение обладает этими нарциссическими тенденциями. (Вот и все, что касается аргумента «нарциссизм у молодых проявляется только в глазах стариков».)

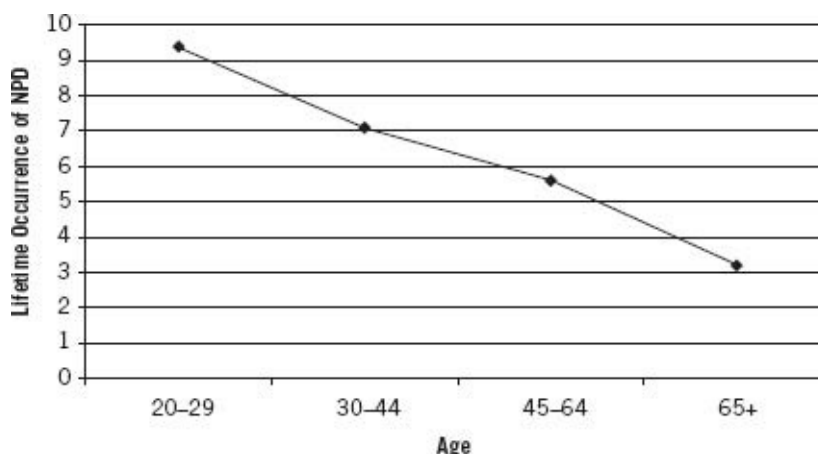
У молодежи также нереально большие ожидания на свой счет. Ожидалось, что в 2000 году 50% старшеклассников будут посещать юридические, медицинские, стоматологические факультеты или аспирантуру, что вдвое превышает ожидания студентов 1970-х годов. Однако количество людей, действительно достигших этих степеней (то есть мера реальности), не изменилось. Кроме того, более двух третей старшеклассников сейчас заявляют, что рассчитывают войти в число 20% лучших по результативности на своей работе.

Основываясь на точных данных, трудно сказать, проявляют ли пожилые люди такую же тенденцию к большему нарциссизму, поскольку люди старше студенческого возраста не очень часто проходят NPI. Скажем, сегодня тридцатилетние более нарциссичны, чем тридцатилетние 25 лет назад? Наше предположение – это уверенное «может быть». Во-первых, сейчас молодость больше похожа на юность, чем раньше. Бэби-бумеры 1970-х годов обычно устраивались на работу, женились и имели по крайней мере одного ребенка задолго до того, как им исполнилось 25 лет. Сегодняшний средний 25-летний человек не достиг ни одного из этих этапов; их жизнь больше напоминает жизнь подростков, время жизни, когда нарциссизм достигает пика. Итак, по нашим оценкам, взрослые в возрасте двадцати, тридцати и сорока лет сейчас более нарциссичны, чем несколько десятилетий назад. Переход к менее нарциссической взрослой жизни теперь может занять больше времени или вообще не произойти, что резко контрастирует с тем, что было несколько десятилетий назад, когда 26-летние не жили со своими родителями, а 45-летние не носили джинсы и не слушали хип-хоп группы. Исследование женщин, родившихся в 1930-х годах, показывает, что даже бабушки сейчас могут быть более нарциссическими, чем бабушки поколение назад.

Тревожно, что нарциссическое расстройство личности (НРЛ), похоже, также растет.

Самое полное исследование НРЛ, когда-либо проводившееся, было опубликовано как раз перед выходом в печать этой книги. Исследователи из Национальных институтов здравоохранения опросили репрезентативную на национальном уровне выборку из более чем 35 000 американцев, испытывали ли они когда-либо в течение своей жизни симптомы НРЛ (интервьюеры спрашивали только о симптомах и не упоминали название расстройства). Они обнаружили, что 6,2% американцев — 1 из 16 — страдали от НРЛ в какой-то момент своей жизни. Еще более поразительно то, что 9,4% американцев в возрасте от двадцати лет страдали НРЛ (включая невероятные 11,5% молодых людей) по сравнению с только 3,2% среди людей старше 65 лет. Таким образом, почти 1 из 10 американцев в возрасте от двадцати лет страдал от НРЛ по сравнению с 1 из 30 среди людей старше 65 лет.

Распространенность нарциссического расстройства личности в течение жизни



Источник: Стинсон Ф.С., Доусон Д.А., Гольдштейн Р.Б., Чжоу С.П., Хуан Б., Смит С.М., Руан У.Дж., Пулай, А.Дж., Саха Т.Д., Пикеринг Р.П. и Грант Б.Ф. (2008). Распространенность, корреляты, симптомы и связь с другими заболеваниями нарциссического расстройства личности DSM-IV: результаты Национального эпидемиологического исследования волны 2 по алкоголю и связанным с ним состояниям. Журнал клинической психиатрии, 69, 1033–1045.

Если бы уровень НРЛ был постоянным на протяжении поколений, было бы *больше* пожилых людей, сообщивших о своем опыте с НРЛ, потому что у них было больше лет для развития расстройства. Вместо этого показатели среди пожилых людей составляют лишь треть от показателей среди молодых людей. Хотя вполне возможно, что пожилые люди забыли некоторые более ранние эпизоды НРЛ, для объяснения этой большой разницы пришлось бы сильно забывать, тем более что обученный профессионал помог им вспомнить.

Например, у 25-летнего человека было всего семь лет, чтобы испытать НРЛ, поскольку расстройство не может быть диагностировано до тех пор, пока человеку не исполнится 18 лет. У человека в 65 лет на развитие расстройства ушло 47 лет. Таким образом, если возрастная группа 20–29 лет продолжит двигаться по той же траектории, развивая НРЛ со скоростью около 1,3% в год, у 54% из них — более половины — разовьется НРЛ к тому времени, когда им исполнится 65 лет. Мы сомневаемся, что проблема когда-либо станет настолько серьезной, но даже если скорость развития будет вдвое меньше, 26% людей, которым сейчас за двадцать, — 1 из 4 — испытают НРЛ клинического уровня к тому времени, когда им исполнится 65 лет. Еще до публикации этих данных некоторые терапевты назвали рост нарциссических проблем «эпидемией» или даже «пандемией». Наряду с двумя наборами данных, показывающими рост нарциссических черт личности, этот тревожный уровень НРЛ, особенно среди молодежи, является убедительным эмпирическим свидетельством эпидемии нарциссизма.

Нас часто спрашивают, являются ли нарциссами только богатые белые дети, но, похоже, это не так. Автор Джейк Халперн обнаружил, что чернокожих подростков в два раза больше, чем белых, заявили, что они скорее будут знаменитыми, чем умнее, сильнее или красивее. Один социальный работник заметил нам, что городская молодежь, с которой он работает, имеет «это самоуверенное отношение, не основанное ни на чем существенном. Они верят, что они великие главным образом потому, что их учителя продолжают говорить им, какие они замечательные», — описание, которое очень похоже на некоторых богатых детей из пригорода. В интернет-опросе молодые люди, сообщившие о более высоких доходах, набрали немного более высокие баллы по NPI, но связь между показателями NPI и доходом была сильнее для людей в возрасте от тридцати и особенно до сорока лет. Другими словами, богатые дети лишь немногим более нарциссичны, но богатые взрослые значительно более нарциссичны (или, по крайней мере, нарциссические взрослые говорят, что они богаче — мы не видели их банковских выписок,

так что возможно, что это просто самореклама). Привилегии могут привести к нарциссизму, но это с большей вероятностью произойдет, если они заработаны, а не дарованы родителями. Интересно, что уровень НРЛ немного выше среди взрослых с *более низкими* доходами — возможно, потому что НРЛ включает в свое определение дисфункцию. Быть нарциссическим и бедным может быть труднее, чем быть нарциссическим и богатым, что приводит к большему количеству проблем. С другой стороны, люди с НРЛ могут иметь более низкие доходы, потому что с ними трудно работать, что затрудняет удержание хорошей работы.

Этнические группы различаются по уровню нарциссизма, прежде всего из-за культурных проблем. В частности, азиатские культуры более коллективны и не поощряют индивидуализм и нарциссизм. В целом, более традиционные культуры – те, которые ценят семью, долг и обязательства – менее нарциссичны, чем более современные культуры, такие как культура Соединенных Штатов. Согласно одному набору данных, американцы вошли в число 10–20% стран с самыми большими показателями нарциссизма. В другом исследовании американцы получили более высокие оценки нарциссизма, чем люди из любой другой страны. Возможно, наши ученики не самые умные, а уровень бедности у нас не самый низкий, но американцы прекрасно справляются с тестами на нарциссизм.

КУЛЬТУРА И НАРЦИССИЗМ

Личность не существует изолированно. Мы считаем, что этот рост нарциссизма у людей является всего лишь результатом массового сдвига в культуре в сторону большего внимания к самолюбованию. (В приложениях к этой книге, доступных на сайте www.narcissismpidemic.com, мы описываем детальную модель взаимодействия между культурой и личностью.)

Нарциссизм распространялся из поколения в поколение как особенно опасный вирус, имеющий множество путей проникновения и передача инфекции. Во-первых, иммунитет американцев к нарциссизму ослаб. Когда-то сильное социальное давление сдерживало эго людей. Матери спрашивали детей: «Что ты о себе возомнил?» (вместо «Что ты хочешь на ужин, принцесса?») Религиозные лидеры подчеркивали смирение и скромность. Сильные сообщества и стабильные отношения препятствовали высокомерию и сделали менее необходимым знакомиться и производить впечатление на новых людей. Нарциссизм также передается как непреднамеренное последствие добрых намерений, например, в движении за повышение самооценки и менее авторитарное воспитание. Однако вместо создания дружелюбных и счастливых детей такая практика часто приводит к появлению эгоцентричных, нарциссических молодых людей.

Кроме того, нормы самопрезентации изменились вместе с культурными тенденциями и новыми технологиями. Как мы увидим в последующих главах, социальные сети в Интернете и культура знаменитостей подняли планку нарциссического поведения и стандартов. Использование MySpace для публикации своей полуобнаженной фотографии и провокационных поз теперь считается совершенно нормальным, хотя это также глубоко

нарциссично. Американцев убеждают, что становиться более тщеславными, материалистичными и эгоцентричными – это на самом деле хорошо. Это может произойти, даже если вы не особенно нарциссичны, а просто увлечены тем, что делают все остальные. Сегодня, если вы не отбеливаете зубы, все думают, что вы либо бедный, либо пьющий эспрессо и курящий сигареты европеец. Десять лет назад никто бы этого не заметил.

НОВАЯ ТОЧКА ЗРЕНИЯ НА НАРЦИССИЗМ

Когда в 2007 году Associated Press опубликовало наше исследование о росте нарциссизма из поколения в поколение, десятки студентов колледжей написали в ответ статьи и мнения. Очень немногие студенты оспаривали мнение, что их сверстники эгоцентричны; вместо этого они утверждали, что нарциссизм их поколения вполне приемлем. В интервью газете *Daily Pennsylvanian* первокурсник Пенсильванского университета Кайл Джонсон сказал: «Эта крайняя самооценка оправдана, поскольку это поколение запомнится как величайшее поколение всех времен». Студентка Университета штата Сан-Диего Камилла Клэсби выразила протест в *Daily Aztec*: «Но мы особенные. Нет ничего плохого в том, чтобы знать это. Это поколение демонстрирует не тщеславие, а гордость. И неудивительно, что, несмотря на все наши достижения, нам есть чем гордиться». Это может быть правдой, но то же самое делали и предыдущие поколения, и они не были такими нарциссическими. Это утверждение напоминает классическую нарциссическую путаницу между тем, что ты думаешь, что ты великий, и тем, что ты на самом деле великий. Однако некоторые пожилые люди согласны с этой оценкой; Авторы книги «Поколения» Нил Хоу и Уильям Штраус, оба родившиеся в эпоху бума, называют людей, родившихся после 1982 года, «следующим великим поколением». Телеканал в Остине, штат Техас, провел веб-опрос, в котором спрашивал людей, согласны ли они с тем, что молодое поколение эгоцентрично. Одним из вариантов было: «Да, но это нормально, потому что они также лучшее поколение на свете». Хотя этот ответ выбрали лишь 4% респондентов, интересно, что он даже был включен в качестве варианта. Самый популярный ответ (62%) был «Да, и это ужасно».

Но разве это ужасно? Или нарциссизм необходим для достижения успеха в современном конкурентном мире?

ГЛАВА 3

Разве нарциссизм не полезен, особенно в конкурентном мире? Оспаривание еще одного мифа о нарциссизме

Прислушайтесь к разговорам в наши дни, и вы услышите, как часто звучит слово *конкурентоспособность*. («Сейчас такая конкуренция». «Если мы сделаем это, мы не будем конкурентоспособными».) Иногда это слово даже используется как прилагательное для описания стиля и качества («Эй, этот костюм конкурентоспособен».) Люди говорят о конкуренции за работу, поступление в колледж, спорт. Есть опасения, что Соединенные Штаты не смогут конкурировать в глобальной экономике и что хорошо оплачиваемые рабочие места будут переданы на аутсорсинг, сокращены или иным образом законсервированы. В некоторых районах упор на победу и конкуренцию делается начиная с двухлетнего возраста, когда родители пытаются отдать детей в лучшие частные дошкольные учреждения. Некоторые родители начинают еще раньше, покупая видеоклипы «Малыш Эйнштейн» или проигрывая классическую музыку плодам, предположительно слушающим в животе беременной женщины.

К старшим классам акцент на победу достигает апогея. Конкуренция за поступление в колледж стала настолько жесткой, что некоторые студенты проводят свои школьные годы на постоянной беговой дорожке курсов Advanced Placement, сессий подготовки к экзаменам SAT и встреч с нанятыми в частном порядке консультантами стоимостью до 40 000 долларов США, которые помогают им составить идеальное сочинение. Даже некоторые государственные университеты теперь отклоняют три четверти своих абитуриентов. Некоторые родители «помогают» своим детям соревноваться, выполняя за них домашние задания и проекты, даже во время учебы в колледже. Врачи сообщают, что они наблюдают все больше и больше повторяющихся стрессовых травм среди детей младшего и младшего возраста, поскольку дети занимаются одним видом спорта дольше и гораздо интенсивнее, чем в обычных играх прошлых поколений. Родители дерутся друг с другом на детских спортивных играх; В 2000 году один отец до смерти забил другого на детской хоккейной тренировке.

Благодаря удобному сочетанию основных американских культурных ценностей – самолюбования и соперничества – многие люди считают, что для конкуренции необходимо всегда ставить себя на первое место. Всё, что может помочь нам продвинуться вперед, нам интересно, а если это что-то приятное, например, самолюбование, мы в деле. «Покажите мне кого-нибудь

без эго, — высказал мнение Дональд Трамп, — и я покажу вам неудачника».

Когда наше исследование нарциссизма на протяжении поколений было освещено в прессе в 2007 и 2008 годах, большое количество людей ответили, заявив, что нарциссизм необходим, особенно в условиях растущей конкуренции. Это еще один пример размытой в нашей культуре границы между самооценкой и нарциссизмом, а также растущей готовности делать все, чтобы добиться успеха. Студент Мичиганского университета написал в Интернете: «Людям, проводившим это исследование, не приходилось сталкиваться с той конкуренцией, с которой мы сталкиваемся ежедневно. Чтобы добиться успеха, мы должны быть уверенными в себе и сосредоточенными на себе. Так что, если наше поколение кажется немного более одержимым «Я», чем поколение до нас, это не наша вина». Студентка университета штата Сан-Диего Камилла Клэсби написала в газете *Daily Aztec*: «Сегодняшние студенты испытывают большее давление и стресс, чем в прошлые годы. Мы можем справиться с трудностями, с которыми сталкиваемся, и превзойти их, только если верим в себя. Восприятие себя особенным — отличная форма мотивации». Лорен, 27 лет, из Атланты, написала в разделе комментариев *New York Times*: «Разве уверенность в себе и вера в себя не являются основными требованиями для успеха в личной и профессиональной жизни? Если это определение нарцисса, я горжусь тем, что являюсь им. И причём успешным ;)».

Майк Нолан, студент инженерного факультета Университета Пердью, высказался еще более прямолинейно в Экспоненте. «Страна, в которой я вырос, вознаграждает людей, которые «хватают жизнь за яйца», — написал он. «Итак, всем вам, психологам, которые считают, что это какое-то психическое расстройство, возможно, следует засунуть-в-жопу-свой-изм инвентарь и пойти поплакать. А Майк Нолан, например, собирается продолжать работать для достижения больших целей».

Некоторые педагоги также согласились, что для успеха необходимы самолюбование и даже нарциссизм. «У нас общество, в котором нарциссическое поведение является хорошим качеством», — сказал Марк Флэкс, профессор социологии Калифорнийского государственного университета в Лонг-Бич, в интервью газете *Los Angeles Times*. «Это общество, ориентированное на получение прибыли, поэтому студенты ищут самый прямой путь к прибыли. Не имея позиции «Я прежде всего», вы не добьетесь успеха». Боб Портной, директор консультационных и психологических служб Университета Небраски в Линкольне, отметил в журнале *Lincoln Journal Star*: «В этой стране идея самооценки имеет решающее значение для успеха. И для меня это здоровый нарциссизм».

Все эти благонамеренные люди считают само собой разумеющимся, что высокий уровень уверенности в себе, даже нарциссизм, ведет к успеху. В этом популярном, широко распространенном и глубоко укоренившемся убеждении есть только одна ошибка: это неправда.

НАРЦИССИЗМ И УСПЕХ

Нарциссы любят побеждать, но в большинстве случаев делают это не так уж часто. Например, студенты колледжей с завышенным мнением о себе (думающие, что они лучше, чем есть на самом деле) получают более низкие оценки, чем дольше учатся в колледже. Они также с большей вероятностью будут отчислены. В другом исследовании студенты, провалившие вводный курс психологии, имели самые высокие показатели по нарциссизму, а те, кто получил пятерки, имели самые низкие. Очевидно, нарциссы совершенно нереалистично оценивали свои дела и упорствовали в своих иллюзиях, хотя им следовало бросить курс (или, возможно, заняться чем-то радикальным, например, учебой).

Другими словами, чрезмерная самоуверенность имеет неприятные последствия. В этом есть некоторый смысл; нарциссы плохо воспринимают критику и не учатся на ошибках. Они также любят винить в своих неудачах всех и вся, кроме себя самих. Во-вторых, им не хватает мотивации совершенствоваться, потому что они верят, что уже добились этого: если ты родился на своей территории, зачем бегать по базам? В-третьих, чрезмерная самоуверенность сама по себе может привести к плохой работе. Если вы думаете, что знаете все ответы, нет необходимости учиться. Затем вы проходите тест и терпите неудачу. Упс.

В одной серии исследований люди отвечали на общие вопросы, такие как «Кто основал Священную Римскую империю?» Затем они оценили свою уверенность в своих ответах и получили возможность сделать денежную ставку на результат. Участники не знали, что это были «честные ставки», поэтому тот, кто был уверен в своем ответе на 99%, заработал бы меньше денег, чем тот, кто был уверен только на 60%. Это похоже на скачки, где выигрыши у фаворитов меньше (пони с коэффициентом 1 к 25 приносит больше, чем гарантированный результат с коэффициентом 1 к 2), или футбол, где для каждой игры существует «разброс очков».

Нарциссы были в восторге от этой игры. Их ответы на вопросы были такими же, как и у всех остальных, но они были более уверены в своих ответах и поэтому ставили слишком много и слишком часто. Нарциссы также продемонстрировали свое фирменное отстранение от реальности: они сначала говорили, что добьются большего, чем другие, но сделали хуже. Не испугавшись, нарциссы продолжали утверждать, что они превзошли других в тесте и преуспеют в будущем. По крайней мере, в течение короткого периода

времени нарциссы могли жить в мире фантазий, где, как им казалось, они добились успеха. Они даже смогли сохранить эти убеждения перед лицом неудач. Нарциссизм — отличный предсказатель мнимого, но не реального успеха.

Нарциссы также любят казаться всезнайками, что психологи называют «чрезмерным преувеличением». Вы спрашиваете своего всезнающего друга: «Вы слышали о великом джазмене Билли Стрейхорне?» или «Знаете ли вы картины Пауля Клее?» или «Вы знаете, когда был подписан Версальский договор?» и всезнайка говорит: «Конечно». У вас может возникнуть соблазн спросить его: «Вы слышали о великом джазмене Милтоне Силусе?» или «Знаете ли вы картины Джона Кормата?» или «Знаете ли вы, когда был подписан Монтчелльский договор?» посмотреть, ответит ли он по-прежнему «конечно» — хотя ничего из этого на самом деле не существует. Это преувеличение. В одном исследовании люди отвечали на 150 вопросов, включая тридцать выдуманных вопросов. Нарциссы были чемпионами по преувеличению — они были настолько умны, что знали даже вещи, которых не существовало.

Нарциссы очень склонны к риску, потому что они уверены в своей правоте и в том, что все пойдет хорошо. По этой причине нарциссы успешны при инвестировании в бычий рынок, когда их чрезмерная самоуверенность и готовность идти на риск окупаются. В исследовании, проведенном на моделируемом фондовом рынке, нарциссы добились лучших результатов, чем другие, когда рынок был на подъеме. Но их превосходные результаты исчезли, как только рынок повернул на юг — тогда нарциссы потеряли свои рубашки из-за их более высокой склонности к риску. Частично это то, что произошло на ипотечном рынке в конце 2000-х годов: и покупатели, и кредиторы были нарциссически самоуверенными и шли на слишком большое число рисков. Когда многие покупатели не смогли выплатить свои чрезмерно оптимистичные ипотечные кредиты, рынок развернулся вниз, в конечном итоге унеся с собой большую часть Уолл-стрит. В краткосрочной перспективе нарциссизм и чрезмерная самоуверенность принесли свои плоды, но, когда пришла неудача, она оказалась куда более впечатляющей, чем обычно. В конце концов, финансовый кризис оказался худшим со времен Великой депрессии.

Заманчиво верить, что нарциссизм может быть полезен при руководстве крупной компанией. Это не так, считает Джим Коллинз, автор бестселлера о бизнесе *«От хорошего к великому»*. В ходе исчерпывающего исследования Коллинз обнаружил, что компании, которые перешли от «просто хороших к по-настоящему великим», сделали это потому, что у них были лидеры, которые он называет «5-м уровнем». Эти генеральные директора не являются харизматичными и сверхуверенными в себе фигурами, чего можно было бы

ожидать. Вместо этого они скромны, избегают всеобщего внимания, никогда не почивают на лаврах и постоянно пытаются проявить себя. Коллинз рассказывает о Дарвине Э. Смите, бывшем генеральном директоре Kimberly-Clark, который носил дешевые костюмы и избегал публичности. Спустя двадцать лет работы на посту генерального директора Смит контролировал доходность акций, которая в четыре раза превышала рыночную. Вместо того чтобы демонстрировать откровенное хвастовство, Смит спокойно продолжал свою работу. «Я никогда не переставал учиться быть достаточно квалифицированным для этой работы», — сказал он.

Исследование компаний, проведенное Коллинзом, изначально не ставило целью выявить профиль генеральных директоров; он искал характеристики компании, которые могли бы объяснить успех бизнеса. Но профиль скромного, но решительного генерального директора всплывал снова и снова. Эти генеральные директора также были отличными командными игроками, какими никогда не бывают нарциссы. «Во время наших интервью с такими руководителями, — пишет Коллинз, — они инстинктивно отвлекали внимание от обсуждения своей роли. Когда их просили рассказать о себе, они говорили что-то вроде: «Я не думаю, что могу приписать себе большую заслугу в том, что произошло. Нам повезло с замечательными людьми».

Другими словами, Коллинз обнаружил, что лучшие корпоративные лидеры *не были* самовлюбленными или даже особенно самоуверенными. Однако компании, добившиеся краткосрочного успеха, часто возглавлялись жаждущими внимания и высокомерными лидерами. В этих компаниях, пишет Коллинз, «мы заметили присутствие гигантского эго, которое способствовало упадку или сохранению посредственности компании». Это хорошо согласуется с академическими исследованиями нарциссизма и суждений: в конечном итоге чрезмерная самоуверенность нарциссов подрывает их работоспособность.

Профессора бизнеса Ариджит Чаттерджи и Дональд Хэмбрик изучали нарциссизм руководителей и результаты деятельности компаний. В более чем 100 технологических компаниях они обнаружили, что чем более самовлюбленным был генеральный директор компании, тем более нестабильными были ее результаты. Очевидно, нарциссические лидеры использовали драматические и слишком публичные корпоративные стратегии. Например, они могут скупить более мелкого конкурента или открыть новое «передовое» предприятие. Когда эти стратегические решения окупались, компания преуспевала; когда этого не происходило, это становилось катастрофой. Менее нарциссические лидеры, напротив, показали более устойчивые результаты. Учитывая, что нестабильность результатов деятельности считается негативным фактором при оценке компаний (в эконо-

мике нестабильность рассматривается как «риск»), нарциссические руководители не были идеальными.

Нарциссы также не являются популярными начальниками. Сотрудники оценивают нарциссических менеджеров как средних по навыкам решения проблем, но ниже среднего по навыкам межличностного общения и честности — двум качествам, которые считаются очень важными для руководства. Другое исследование показало, что, хотя нарциссы считали себя лидерами, их сверстники считали, что они ниже среднего.

Несмотря на сомнительные достижения нарциссов на руководящих должностях, нарциссы с большей вероятностью, чем другие, станут лидерами в организации. В одном исследовании, проведенном Эми Брунелл, группы ранее незнакомых студентов вместе работали над заданием. Нарциссы быстро стали доминировать в этих взаимодействиях; они считали себя лидерами, как и другие члены группы. Исследование руководителей предприятий показало, что нарциссы также становятся лидерами в этих реальных контекстах. Однако восхождение нарциссов к лидерству длится недолго. Со временем члены группы замечают негативные качества нарциссов и перестают рассматривать их как лидеров. К сожалению, к тому времени они уже были боссами, и группе пришлось их слушать.

Enron — компания, состоящая из «самых умных парней в комнате», которая подделала свои бухгалтерские книги и впоследствии развалилась — представляет собой микрокосм падения нарциссизма. Как утверждает Малкольм Гладуэлл в своем эссе «Миф о таланте», «Enron была нарциссической корпорацией — компанией, которая приписывала успех больше, чем была вправе; которая не признавала ответственности за свои неудачи, которая ловко продавала нам свою гениальность». Гладуэлл утверждает, что создание великой организации предполагает создание великих команд людей, которые могут хорошо работать вместе, а не только отдельных суперзвезд. Это еще одна причина, по которой нарциссы часто не очень успешны в долгосрочной перспективе: они скорее заберут всю славу себе, чем поделятся ею с командой.

Есть одно исключение из правила, что нарциссизм не приводит к успеху. Нарциссы хороши в индивидуальных (хотя и не обязательно групповых) публичных выступлениях. Когда нарциссы могут получить общественное признание и восхищение своими действиями, они стараются больше и добиваются большего, чем не нарциссы. В одном лабораторном исследовании это проверили, предложив группе студентов записать как можно больше способов использования ножа в течение двенадцати минут (обычный тест на креативность). Когда индивидуальные достижения отмечались путем записи имени каждого человека на доску с указанием

количества его или ее творческих применений, нарциссы действовали очень хорошо. Однако, когда заслуга доставалась только их группе, нарциссы не особо старались и действовали довольно посредственно. Отсутствие усилий в группе делает нарцисса обузой в бизнесе, где большая часть работы выполняется в группах, а индивидуальная работа не всегда высоко ценится. Но в актерской игре и сольном пении нарциссы питаются славой всеобщего внимания. Так нарциссизм может быть полезен в такой ситуации, как пробы в *American Idol* или реалити-шоу. Обратите внимание, мы сказали «пробы». Как только нарциссам приходится работать с другими людьми – что они почти всегда делают в реальной жизни и даже в большинстве реалити-шоу – их производительность снижается, столкнувшись с реальностью.

САМОУВАЖЕНИЕ И УСПЕХ

После того, как было опубликовано наше исследование нарциссизма, редакция газеты *Reading (Пенсильвания) Eagle* заявила, что родителям следует продолжать говорить детям, что они особенные, потому что это «улучшит их самооценку и даст им уверенность, необходимую им для реализации своего потенциала». По их мнению, если родители не скажут своим детям, что они особенные, «маятник может качнуться слишком далеко в другом направлении, создав поколение детей с пугающе низкой самооценкой, а эта проблема будет столь же серьезной, как и безудержный нарциссизм». В этой статье редакция, как и большинство американцев, предполагает, что самооценка тесно связана с успехом в жизни. Наша культура говорит нам, что стоит верить в себя больше, если вы не высокомерны и не нарциссичны.

Однако это тоже не совсем так. Крупный обзор исследований самооценки и достижений показал, что высокая самооценка не приводит к улучшению оценок, результатов тестов или производительности труда. Это проблема корреляции, а не причинно-следственной связи. Существует небольшая корреляция между самооценкой и лучшими достижениями, но она почти полностью объясняется более высокой производительностью, вызывающей более высокую самооценку. Самоуважение приходит *после* успеха, а не раньше, потому что самоуважение основано на успехе (будь то успех в учебе или просто умение быть кому-то хорошим другом). Большая часть остальной части и без того небольшой связи обусловлена мешающими переменными: например, у богатых детей более высокая самооценка и более высокие оценки. Некоторые дети с низкой самооценкой учатся плохо, но это потому, что они подвергались насилию или их родители употребляли наркотики – вещи, которые вызывают как низкую самооценку, так и плохие результаты. Сама по себе самооценка не приводит к успеху.

Подумайте об этом так: если бы самолюбование приводило к успеху, американские дети, у которых самая высокая самооценка среди детей в

мире, также были бы самыми успешными. Однако этот простой прогноз не соответствует данным. Согласно недавнему исследованию, 39% американских восьмиклассников были уверены в своих математических навыках, по сравнению с лишь 6% корейских восьмиклассников. Корейцы, однако, намного превосходили фактические результаты американских студентов на тестах по математике. Мы не номер один, но мы номер один по фантазиям, что мы номер один.

В Соединенных Штатах этническая группа с самой *низкой* самооценкой — американцы азиатского происхождения — достигает самых *высоких* академических показателей. Таким образом, группа с «тревожно низкой самооценкой» на самом деле учится лучше *всех* и, по словам редакции, делает многое «для реализации своего потенциала».

Американские школьники не улучшили успеваемость за последние 30 лет — в то время, когда среди американских детей активно поощрялась высокая самооценка. По данным Национальной оценки образовательного прогресса (NAEP), баллы 17-летних по математике немного выросли, с 304 до 307, но баллы по чтению остались совершенно неизменными — 285. Улучшение успеваемости на 1%. В то же время оценки старшеклассников значительно выросли. В то время, как только 18% студентов заявили, что они получили среднюю оценку «отлично» или «отлично» в 1976 году, 33% заявили, что они были отличниками в 2006 году, что на 83% больше, чем количество отличников, оценивших себя самостоятельно. Таким образом, за 30 лет мы добились улучшения фактического обучения менее чем на 1%, а оценок А — на 83%. Судя по всему, наша культура решила использовать стратегию усиления фантазии об успехе, а не самого успеха, подобно усилителям в фильме «*Spinal Tap*», которые «доходят до одиннадцати».

Но, возможно, повышение самооценки все же как-то помогает. Лучший способ выяснить, является ли одно причиной другого, — обратиться к золотому стандарту методов исследования — научному эксперименту. В настоящем эксперименте люди получают лечение или не попадают в контрольную группу, и в какую группу они попадают — случайно. Что касается самооценки, идеальный эксперимент предложил бы людям получать обратную связь, повышающую самооценку (или нет), а затем посмотреть, какие у них были оценки.

Психолог Дон Форсайт и его коллеги провели такой эксперимент. Их особенно интересовали вмешательства для учеников с плохой успеваемостью — тех, кто больше всего нуждался в помощи и, предположительно, больше всего нуждался в повышении самооценки. Студентам колледжа на уроке психологии, получившим оценки D или F по первому тесту, каждую неделю отправляли электронное письмо с практическим вопросом от класса. Это все,

что видели студенты контрольной группы. Однако другие студенты получили повышение самооценки вместе с практическим вопросом. Например, «прошлые исследования показывают, что, когда учащиеся получают назад свои тесты, они склонны терять уверенность в себе: говорят такие вещи, как «Я не могу это сделать», или «Я бесполезен», или «Я не так хорош», как и другие студенты в колледже». Однако другие исследования показывают, что учащиеся с высокой самооценкой не только получают более высокие оценки, но и остаются уверенными в себе. Итог: держите голову и самооценку на высоком уровне».

То, что произошло, было примечательно. Люди из контрольной группы, которым задавались только тренировочные вопросы, в финале сделали примерно то же самое, что и в первом тесте. Но успеваемость студентов, у которых еженедельно повышалась самооценка, на самом деле *снизилась*. Их средний балл за тест увеличился с 57 (из 100) в первом тесте до 38 в финале. Повышение самооценки привело к неудаче, а не успеху.

Но, возможно, студенты справились плохо, потому что они плохо относились к себе, несмотря на сообщения о самооценке, или потому, что они не верили этим сообщениям. После финала студенты получили последнее электронное письмо с просьбой оценить свою самооценку, ответив на два утверждения: «Я хорошо себя чувствую, будучи студентом факультета психологии 101» и «Я хорошо себя чувствую в целом». Несмотря на то, что их оценки снизились, ученики, у которых повысилась самооценка, относились к себе так же положительно и даже немного более позитивно, чем контрольная группа. Целых 70% студентов с повышенной самооценкой сообщили о максимальном значении шкалы самооценки по сравнению с 50% в контрольной группе. Таким образом, студенты, у которых повысилась самооценка, чувствовали себя прекрасно, даже несмотря на то, что потерпели неудачу. Это не очень хорошая новость для культуры, которая считает самооценку путём к успеху.

Самооценка также не является постоянным предиктором статуса или лидерства. Когда члены группы различаются по самооценке, люди с высокой самооценкой приобретают статус в группе. Но когда у большинства людей в группе высокая самооценка (что происходит все чаще и чаще по мере роста самооценки), люди с высокой самооценкой не могут все достичь статуса, к которому стремятся. В этот момент лидерами группы становятся те, кто симпатичней и заботятся о других. Поэтому, когда в группе много «острых локтей», как в современном сверхконкурентном обществе, для успеха важна не забота о себе, а забота о других.

Чтобы внести ясность: мы не пропагандируем неуверенность в себе, ненависть к себе или низкую самооценку. Если вы не особо задумываетесь

о любви к себе, усердно работаете на благо группы и более реалистично оцениваете свои способности, это не значит, что вы ненавидите себя. Вполне возможно преуспеть, не позволяя своему эго мешать. Открытый, необоронительный подход к обучению часто оказывается лучшим. Один из друзей-аспирантов Кита также был капитаном армии США. Когда мистер Арми только что покинул Вест-Пойнт и получил свое первое командование, сварливый старый сержант посоветовал ему держать рот на замке и думать, что он делает, прежде чем что-либо говорить. Вместо того, чтобы позволить своему эго мешать и спорить с сержантом, мистер Арми закрыл рот и многому научился. Он смог стать лучшим офицером, узнав и то, что он знал, и то, чего он не знал. То же самое касается детей, посещающих школу и занимающихся спортом. Когда родители и учителя защищают детей от неспособности смягчить их самооценку, дети могут в конечном итоге добиться большего, потому что они не учатся на своих ошибках. Это нормально — чувствовать себя немного плохо, когда чему-то учишься. Если вы подумаете об опыте, который научил вас больше всего, то, вероятно, он связан с случаями, когда вы терпели неудачу или сталкивались с огромными трудностями. Уверенность в своих истинных способностях включает в себя знание своих слабостей и извлечение уроков из своих неудач, и это не имеет ничего общего с ненавистью к себе.

Мы также хотим прояснить, что мы не выступаем против страсти к карьере и «деланию того, что любишь». Есть большая разница между «делать то, что любишь» и «любить себя». Увлеченность тем, что вы делаете, в действительности может противостоять эгоизму. В этом и есть идея «потока» — вы настолько погружаетесь в то, что делаете, что забываете о себе. Люди, которые могут делать это и получать радость от того, что им нравится, менее защищаются перед лицом критики, возможно, потому что они не чувствуют необходимости защищать свое эго. Пока ваша страсть не мешает серьезно вашим отношениям, мы все за страсть к вашей работе.

ПОЧЕМУ АМЕРИКАНЦЫ ДУМАЮТ, ЧТО НАРЦИССИЗМ ТАК ВАЖЕН ДЛЯ УСПЕХА, ХОТЯ ЭТО НЕ ТАК?

Конкуренция и самореклама

Когда люди говорят, что им необходимо быть нарциссичными, потому что мир становится все более конкурентным, они наполовину правы: в американском обществе усилились конкуренция и стремление к статусу. Распространено мнение, что вам необходимо пробиваться в высшие классы, иначе вы рискуете погрязнуть в бедности. Экономическое неравенство в Соединенных Штатах резко возросло: работники верхнего слоя зарабатывают все больше и больше, чем работники нижнего уровня. Индекс

распределения доходов «Джини», подсчитанный Бюро переписи населения, показывает, что экономическое неравенство в Соединенных Штатах неуклонно росло с 1980-х годов по настоящее время. Уровень доходов верхнего 1% семей утроился, в то время как заработная плата большинства американцев осталась на прежнем уровне. Даже с учетом инфляции число мультимиллионеров в США с 1998 по 2004 год почти удвоилось. Руководители компаний, которые в 1982 году зарабатывали в 42 раза больше, чем средний сотрудник, теперь зарабатывают в 364 раза больше. Достичь высшего уровня профессий стало сложнее, поскольку оплачиваемые часы и товарищества с ограниченной ответственностью вытесняют юристов низшего звена, управляемое медицинское обслуживание ослабляет врачей, а сокращение университетского бюджета сокращает количество штатных профессоров.

Некоторые исследователи бизнеса утверждают, что общественный договор нарушен, поскольку компания больше не будет заботиться о работнике, когда тот приносит компании пользу. Например, пенсии остались в прошлом. Рабочие теперь сами финансируют свою пенсию — возможно, за счет соответствующих средств компании, но в основном это зависит от них. Точно так же сотрудники редко остаются в одной компании на протяжении всей своей карьеры. Рабочие места больше не стабильны; их можно передать на аутсорсинг, реструктуризировать или просто ликвидировать. В хорошие времена сотрудники меняли работу, всегда ища лучшие возможности для себя как личности.

Из-за усиления конкуренции и разрушения этого подразумеваемого социального контракта самореклама становится более необходимой, чем когда-либо. Когда вы чаще меняете работу, вам нужно знать, как отполировать свое резюме и хорошо выглядеть на собеседовании. Поскольку прием в колледж становится более конкурентным, студенты должны «упаковать» себя, чтобы поступить. «Каждый день молодых людей учат (политики, средства массовой информации и наши семьи), что вы ничего не добьетесь в этом мире, если не продаёте/рекламируете себя, — написал Зак в нашем онлайн-опросе. «Назовите политика или артиста, который не говорит постоянно о себе. Знаете ли вы кого-нибудь, кто только что поступил в хороший колледж или получил хорошую работу, но при этом не бесстыдно продавал себя в резюме, личных заявлениях и на собеседованиях?» Все это создает впечатление, что эгоцентризм окупается.

Мы не отрицаем, что самореклама необходима в нынешнем мире растущей конкуренции и снижения лояльности. Мы оба посоветовали некоторым нашим аспирантам больше заниматься саморекламой, чтобы продвинуться по карьерной лестнице. Однако при необходимости можно заниматься саморекламой, не становясь при этом полностью нарциссичным. Если по-

заимствовать метафору у психолога Вирджинии Кван, самореклама должна быть всего лишь одним из инструментов в вашем наборе инструментов — чем-то полезным «только при определенных обстоятельствах, а не определяющей чертой личности этого человека». Подготовка заявления в колледж, написание хорошего резюме, создание личного веб-сайта и производство хорошего впечатления на собеседовании — это, несомненно, хорошие навыки. Но не обязательно, чтобы такая самореклама превратилась в полноценный нарциссизм. Нарциссы, как правило, хороши в саморекламе, но то же самое можно сказать и о не нарциссах, которые рвут задницу на собеседовании на руководящую должность, а затем приходят домой и меняют грязный подгузник своего ребенка, не думая, что такая задача ниже их достоинства.

Самореклама также может пойти слишком далеко. Например, это, по общему признанию, самореклама — выступать на телевидении, чтобы продавать свой продукт, но, если вы покажетесь высокомерным, вы не продадите много. У многих людей есть очень мощные радары для обнаружения проявлений высокомерия. Как и большинство вещей в жизни, самореклама лучше в умеренных количествах — она хороша, когда используется экономно и в соответствующих ситуациях. Если мы хотим сдержать эпидемию нарциссизма, родителям и учителям необходимо начать говорить молодым людям (и самим себе!), чтобы они избирательно использовали саморекламу. Это совершенно отличается от распространенной сейчас идеи о том, что правильно «всегда ставить себя на первое место».

Большая видимость нарциссов

Еще одна причина, по которой многие люди считают, что нарциссы феноменально успешны, заключается в том, что нарциссы ищут внимания. Короче говоря, они действительно хороши в том, чтобы попасть на телевидение (или шикарно выглядеть в местном баре, или хвастаться в спортзале). Это классический пример того, что психологи называют эвристикой доступности — вера в то, что события происходят чаще, когда они легче приходят на ум. Например, многие люди думают, что летать на самолетах опасно, потому что они легко могут вспомнить картину ужасающей авиакатастрофы, хотя по статистике водить машину на самом деле гораздо опаснее. Успешные нарциссы немного похожи на авиакатастрофы: они зрелищны, их замечают и могут обернуться катастрофой.

Это явление легко увидеть в средствах массовой информации. Дональд Трамп, который ставит свое имя на все, что он строит, ведет собственное телешоу, называет университет в честь себя (да, есть Университет Трампа) и затевает драки с ведущими ток-шоу, является отличным примером человека, который одновременно успешен и кажется нарциссическим. Мы

знаем об успехе Дональда Трампа, *потому что* он неустанно занимается саморекламой. Трудно не заметить Дональда в средствах массовой информации, и он *богат*, но есть и другие магнаты недвижимости, о которых вы никогда не слышали, потому что они не занимаются саморекламой и не хотят быть в центре внимания. Многие другие успешные люди не занимаются саморекламой. Например, Уоррен Баффет, инвестор-миллиардер, отдал большую часть своего состояния на благотворительность и разъезжает по Небраске на «Линкольне» с номерными знаками, на которых написано «Бережливый». Том Хэнкс, получивший две награды Академии за лучшую мужскую роль, известен в киноиндустрии как по-настоящему приятный человек, как и Пол Ньюман, пожертвовавший миллионы на благотворительность. Чтобы добиться успеха, не обязательно быть нарциссом, но американцы скорее вспомнят множество успешных нарциссов, потому что они всегда привлекают внимание.

ЛОВУШКА НАРЦИССИЗМА

Итак, если нарциссизм не приводит к успеху и сопряжен с такими большими издержками, почему кто-то является нарциссом? В общем, люди делают что-то — даже очень вредное и глупое — не без причины. Люди изменяют в отношениях, потому что встречают кого-то, кто в данный момент выглядит желанным; они воруют со своих рабочих мест, потому что им нужны скрепки или деньги, и они считают, что компания им должна; они становятся проблемными пьяницами не потому, что хотят разрушить свою жизнь, а потому, что алкоголь заставляет их чувствовать себя действительно хорошо.

Нарциссизм имеет несколько общих черт с другими деструктивными формами поведения. Во-первых, это приятно. Приятно играть в азартные игры, выпивать, вступать в незаконные сексуальные отношения, есть глазированные пончики или брать блокноты из офиса. Во-вторых, деструктивное поведение обычно имеет краткосрочные выгоды и долгосрочные издержки. Когда вы играете в азартные игры, вы получаете удовольствие и азарт от похода в казино и игры в карты. Но вы также рискуете понести долгосрочные издержки, связанные с потерей всех своих денег, разрушением брака и потерей самоуважения. Когда вы выпиваете, вы получаете головокружительное веселье, но в долгосрочной перспективе вам придется заплатить рвотой, сильным похмельем и неспособностью появиться на работе. Наконец, деструктивное поведение часто заставляет страдать других людей. Когда кто-то изменяет в отношениях, большую часть ущерба платят посторонний супруг и дети. Все потребители платят за воровство сотрудников более высокими ценами. Рискованная ипотека выгодна домовладельцу и кредитору в краткосрочной перспективе, но наносит ущерб обоим в долгосрочной перспективе, когда владелец не может оплатить счет.

Как и другие деструктивные модели поведения, нарциссизм — это «ловушка с задержкой во времени»: сперва он соблазняет вас хорошими результатами, а в итоге причиняет вам боль. Нарциссы напоминают рыб, которые заплывают в глубоководные ловушки, чтобы съесть вкусную наживку — ух ты, бесплатная еда! — но не могут покинуть клетку и в конечном итоге сами обжариваются и попадают на стол (хотя, обычно не бесплатно). Как и ловушка для рыбы, нарциссизм предлагает краткосрочные выгоды, но долгосрочные издержки.

У нарциссизма есть краткосрочные преимущества. Это приятно. Забавно смотреть на себя в зеркало и думать: «Я такой чертовски горячий», а еще лучше публиковать свои фотографии в Интернете и просить людей комментировать: «Ты такой чертовски горячий». Приятно быть в центре внимания, наслаждаясь пятнадцатью минутами славы. Приятно быть крутым и общаться с крутыми людьми — возможно, даже весело наступать на головы людей на пути к успеху. И приятно думать, что ты добился успеха, даже если это означает игнорирование негативных отзывов и обвинение других в своих неудачах.

В начале все хорошо, но потом ловушка захлопывается. Тщеславие и эгоцентризм со временем отталкивают других людей. Крутые люди позволяют вам общаться с ними только до тех пор, пока вы круты и красивы, поэтому в конечном итоге вы тратите много времени, энергии и денег, оставаясь крутыми и красивыми. Неспособность взять на себя ответственность приносит радость в краткосрочной перспективе, но в конечном итоге наказывает вас тем, что вы не можете совершенствоваться. В конечном итоге многие нарциссы впадают в депрессию, потому что разрушают свою личную и профессиональную жизнь из-за своего эгоцентризма. Однако к тому времени нарциссы оказываются в ловушке. Представьте себе, что нарциссу придется в конечном итоге признать о себе: на самом деле я не такой уж особенный; Я не такой уж и горячий; Я довольно средний в своей работе; если бы я умер, мир продолжил бы существовать; Дин Мартин и Майлз Дэвис были крутыми, а я нет.

Нарциссизм также является социальной ловушкой, имеющей серьезные последствия для общества. Социальные ловушки усиливаются, потому что они приносят пользу одному человеку, но издержки ложатся на плечи других. Рассмотрим ловушку внедорожников. До того, как в 1990-х годах так много людей водили внедорожники, у водителя внедорожника было несколько больших преимуществ. Он мог видеть дальше, чем люди в других машинах, потому что внедорожник ехал очень высоко, и, если бы он попал в аварию, внедорожник нанес бы больший ущерб меньшей машине. Большую часть затрат на внедорожник оплатили другие водители. Хотя водитель внедорожника мог видеть, автомобиль закрывал видимость другим машинам

позади него. Водитель автомобиля эконом-класса чаще погибал в аварии с внедорожником. Но когда преимущества внедорожников стали очевидными, их стали покупать все. После этого льготы практически исчезли. Водитель внедорожника больше не имеет большого преимущества в видимости, поскольку транспортное средство перед ним, скорее всего, тоже будет внедорожником. Точно так же, если он попадет в аварию, то, скорее всего, это будет внедорожник. Наконец, из-за огромного количества людей, едущих на внедорожниках, потребление бензина резко возросло. Теперь у нас более дорогой газ и большее загрязнение воздуха. Короче говоря, наша страна оказалась в ловушке вождения внедорожников, потому что расходы – по крайней мере, на начальном этапе – ложились на плечи других водителей, а не на самого водителя внедорожника.

Нарциссизм во многом похож на армию внедорожников, при этом выгоды для отдельного нарцисса оплачиваются другими. Нарциссы могут сохранять позитивное мнение о себе и эмоции, но другие страдают. Нарцисс может сохранить свою гордость нетронутой, если ударит человека, который его оскорбляет; он может поддержать свою положительную самооценку, украв у своих коллег признание успешного проекта; он может создать благоприятный имидж «игрока», встречаясь с несколькими партнерами, не зная друг о друге. Недавнее психиатрическое исследование показало, что самыми большими последствиями нарциссизма, особенно когда другие психиатрические симптомы остаются постоянными, являются страдания близких им людей.

И, конечно же, те, кто работает или живет с нарциссом, часто вынуждены клин клином вышибать. Они начинают воровать заслуги у коллег или становятся игроками, просто чтобы не отставать. Используя аналогию, если один пассажир в самолете откидывает свое сиденье до упора назад, пассажир позади него вынужден делать то же самое и так далее, пока все сиденья в самолете не будут возвращены назад. Это очень важный момент: даже небольшое количество нарциссических личностей может оказать огромное влияние на всех остальных членов общества. Поскольку 1 из 16 человек в какой-то момент жизни страдает от полномасштабной НРЛ, это становится все более серьезной проблемой. Сегодня в Америке все больше и больше сидений в самолетах откидываются назад, и все больше и больше людей испытывают искушение сделать то же самое сами.

В следующей главе мы исследуем, как именно мы оказались на этом плане, когда болезнь нарциссизма распространялась, как вирус, через разреженный рециркулируемый воздух современной американской культуры.

ГЛАВА 4

Как мы здесь оказались? Истоки эпидемии

Если вы вообще помните 1970-е годы, то само упоминание об этом десятилетии, вероятно, заставит вас ухмыльнуться или испытать стыд. Все тогда было через край: цвета, ненормально широкие галстуки, золотые диско-цепи, удушающий полиэстер. Из двух основных книг десятилетия одна («Как мы сюда попали») — оранжевого цвета, а другая «Семидесятые» — горохового цвета.

В обеих книгах выдвигается схожий аргумент: неудачные цвета и прискорбные причуды 1970-х давно прошли, но другие тенденции 70-х стали реальностью статус-кво нашего времени. Передвижение населения США на юг и запад, работа женщин и доминирование сферы услуг над производством — все это началось в 70-х годах, и все это останется здесь навсегда. 70-е годы также играют главную роль в развитии психологической тенденции нарциссизма. Фактически, если бы нам пришлось указать дату начала эпидемии нарциссизма, это было бы где-то в 70-х годах.

Но нам придется вернуться дальше, чем в 70-е годы, чтобы узнать, как Соединенные Штаты стали местом, где серийные убийцы, ищущие славы и внимания, рассылают пресс-киты по телесетям, а молодые девушки думают, что иметь сотни «друзей», рассматривающих их полураздетые тела в социальных сетях — это отличная мысль. В какой-то момент основные идеи и ценности американской культуры были изменены, включив в себя идею самолюбования.

САМОЛЮБОВАНИЕ НЕ ВСЕГДА БЫЛО ОСНОВНОЙ АМЕРИКАНСКОЙ ИДЕЕЙ

Ключевым элементом в разгадке тайны эпидемии нарциссизма является ценность самолюбования. Не так давно самолюбование не было основной культурной ценностью в Соединенных Штатах. Если бы в 1950-х годах во время эпизода «Оставь это Биверу» в эфире телепередачи «Оставь это Биверу» в 1950-х годах во время передачи «Оставь это Биверу» в 1950-х годах было бы показано объявление общественной службы NBC, в котором говорится: «Каждый рождается со своей единственной настоящей любовью...», зрители были бы сбиты с толку и, возможно, даже встревожены. Сегодня, однако, мало кого шокирует, когда дети в дошкольном возрасте поют о том, какие они особенные, или когда телевизионный персонаж повторяет бессмысленную болтовню о том, что нужно полюбить себя, прежде чем сможешь полюбить кого-то другого. Большинство людей не понимают, насколько это действительно радикальный отход от прошлого, либо потому, что они слишком молоды, чтобы помнить, либо потому, что изменения происходили слишком медленно, чтобы они могли их заметить.

Подобно тому, как христианство объединило празднование Рождества с языческими ритуалами зимнего солнцестояния, а Санта-Клаус постепенно

стал получать больше внимания, чем Иисус, наши основные культурные идеи постепенно были поглощены, чтобы освободить место для центрального места самолюбования. С самого начала двумя основными ценностями Америки были свобода и равенство. В Декларации независимости они были упомянуты в ответ на тиранические действия короля Георга III против американских колоний, включая ограничение нашей свободной торговли с другими странами, налогообложение без представительства в парламенте и требование, чтобы американцы размещали британских солдат в своих собственных домах. Уникальная для своего времени Декларация независимости утверждала, что свобода и равенство являются неотъемлемыми правами: «Мы считаем эти истины самоочевидными, что все люди созданы равными, что их Создатель наделил их определенными неотъемлемыми правами, среди которых Жизнь, Свобода и стремление к Счастью».

Этот рецепт американского индивидуализма – индивидуальная свобода, сочетаемая с равенством – вскоре был закреплен в Конституции. Правительство было четко построено таким образом, чтобы ни один институт не получил слишком много власти, с тремя ветвями власти, системой сдержек и противовесов и демократически избранными лидерами. Через несколько лет в Конституцию также был включен Билль о правах. Оба тщательно балансируют свободу индивидуальных действий и фундаментальное равенство, и терпимость к другим.

Идеал Соединенных Штатов как места равенства глубоко укоренился. Например, одно исследование показало, что подсознательное высвечивание изображения американского флага уменьшает предрассудки. Однако напоминание об американских идеалах не повысило самооценку участников. Это исследование и слова Конституции показывают, что основными идеями американского правительства являются равенство и толерантность, а не самолюбование.

Соединенные Штаты были основаны на нескольких других ценностях, которые не связаны с самолюбованием и даже противоположны нарциссизму и привилегиям. Например, на протяжении большей части нашей истории американцы придерживались трудовой этики, постулирующей, что упорный труд демонстрирует ценность человека в глазах Бога и других. Эта ценность привлекла миллионы иммигрантов, которые преследовали американскую мечту – свободу от преследований, жизнь в безопасности и защищенности, а также возможность работать и достигать процветания, независимо от вашего происхождения, расы или религии. Американцы славились своей решительностью и настойчивостью в погоне за инновациями. Нынешняя этика самолюбования, напротив, декларирует, что не обязательно делать что-либо, чтобы быть особенным или нравиться себе.

Соединенные Штаты также исторически ценили уверенность в своих силах, что сильно отличается от нарциссизма. В своем культурно определяющем эссе 1841 года «Самостоятельность» Ральф Уолдо Эмерсон утверждал, что индивидуализм должен быть основан на усилиях и ответственности.

Он похвалил молодых людей, которые предпочли много работать, а не хвастаться: «Крепкий парень из Нью-Гэмпшира или Вермонта, который... всегда, как кот, падает на ноги, стоит сотни этих городских кукол».

Другими словами, постоянные усилия и тяжелая работа — это то, что вас характеризует. Если у вас не получилось, признайте это и попробуйте еще раз. Это было бы отличным объявлением для общества, но немного противоречит нашим нынешним культурным ценностям, которые вместо этого больше ориентированы на восхищение собой, независимо от того, насколько мало усилий вы прикладываете или насколько плох результат.

Итак, если самолюбования не было с самого начала, когда оно стало настолько центральным в американской культуре? Мало кто говорил о самолюбовании в первой половине XX века, когда страна была сосредоточена на преодолении двух мировых войн и Великой депрессии. После Второй мировой войны страна вступила в период внутренней сосредоточенности и национализма времен Холодной войны, что, во всяком случае, препятствовало самолюбованию. В качестве примера можно привести женскую напористость — черту личности, связанную с отстаиванием своих индивидуальных прав, коррелирующую с самооценкой — снизившуюся в период с 1940-х до середины 1960-х годов. Хотя 1950-е годы не всегда были такими конформистскими, как их изображают сейчас, социальные комментаторы того времени отмечали групповой менталитет той эпохи («*Человек организации*» Уильяма Уайта, 1956), сосредоточенность на мнениях других («Одинокая толпа» Дэвида Райсмана, 1950), и жесткие взгляды на женские роли («*Загадка женственности*» Бетти Фридан, 1963). По большей части послевоенная Америка делала упор на то, чтобы приспособиться и добиться цели, а не на восхищение собой.

1960-е годы

Американский флаг самолюбования медленно начал разворачиваться в 1960-х годах. Многие протесты той эпохи были сосредоточены на индивидуальных правах и свободах, хотя поначалу эти движения были очень ориентированы на группы, с массовыми демонстрациями, направленными на завоевание прав целых групп людей (например, чернокожих и женщин). Хотя многие помнят 60-е годы как нарциссическую эпоху хиппи и употребления наркотиков, культура того времени, как в либеральных движениях, так и в консервативном «Безмолвном Большинстве» Никсона, была в высшей степени коллективной и групповой. Помимо движения за гражданские права, это десятилетие было отмечено другими коллективными усилиями, такими как основание Корпуса мира (1961 г.), космическая программа (Аполлон-11 высадился на Луну в 1969 г.) и современное экологическое движение, результатом которого стал первый День Земли (22 апреля 1970 г.)

Даже наркокультура того времени поощряла общественные импульсы. Кит вспоминает, как в 1980-х годах видел шоу Джерри Гарсии в Сан-Франциско, которое началось с клоуна Уэйви Грейви, описывающего кислотные испытания двадцать лет назад. Хотя использование большого количества кислоты и темперамента под удивительно длинные песни Grateful Dead

звучит как эгоцентризм, описание Уэйви Грейви было совсем другим. По его словам, кислотные тесты заключались в том, чтобы выйти за пределы себя и помочь тому, кто находится в еще худшей форме, чем вы. Когда вы вышли за пределы себя, вы прошли серьезное испытание. Музыкальный фестиваль в Вудстоке 1969 года помнят и отмечают как коллективный опыт, соответствующий кислотному испытанию Уэйви Грейви. Сравните это с Вудстоком 1994 года, когда толпа облила грязью артистов на сцене, и Вудстоком 1999 года, в котором содержалось правило, запрещающее приносить еду и напитки на улицу (таким образом вынуждая покупать воду за 4 доллара при 40-градусной жаре), вандализм и грабежи (которые ускорился после того, как группа Limp Bizkit исполнила свою песню «Break Stuff»), и вызвала поджоги, которые в конечном итоге привели к досрочному завершению концерта. Во время концерта произошло четыре изнасилования, а полиция арестовала нескольких посетителей концерта за кражу. Хотя в 60-е годы, безусловно, было немало беспорядков и пожаров, обычно они были вызваны более серьезными причинами, чем дорогая бутилированная вода.

Одна часть 1960-х годов в конечном итоге превратилась в источник самолюбования: движение за человеческий потенциал. Это движение зародилось не как способ поощрения самолюбования, но его упор на самоанализ и самосовершенствование с годами превратился в фокус на самовосхищение. В 1960 году автор Олдос Хаксли (наиболее известный своими книгами «*О дивный новый мир*» и «*Двери восприятия*») начал проводить семинары в Институте Эсален в Биг-Суре, Калифорния, в центре которых была идея самореализации психолога Абрахама Маслоу, первоначально определенная как опыт полного раскрытия своего потенциала — быть тем, кем можно быть. Эта концепция сама по себе не является нарциссической: самореализация включает в себя разделение своей симпатии и доброжелательности со многими людьми. Маслоу поставил самореализацию на вершину своей знаменитой иерархии человеческих потребностей и описал ее как очень труднодостижимую: Маслоу смог назвать лишь несколько людей, которые действительно самореализовались. Маслоу также включил самооценку в качестве важнейшей потребности в своей иерархии, на ступеньку ниже самореализации, и которую большинству людей гораздо легче достичь. Короче говоря, самореализация трудна; самооценка относительно проста. Таким образом, по мере развития движения за человеческий потенциал на протяжении 1960-х и вплоть до 70-х годов более сложная концепция самореализации затмевалась более простой концепцией самооценки. Сегодня о самореализации говорят очень редко, но самооценка появляется в журнальных статьях, детском телевидении и многочисленных книгах.

1970-е годы

К 1970-м годам общественные цели 60-х рассеялись, и осталась только яркая, пустая оболочка эгоцентризма. В то время как собрания 60-х годов были направлены на достижение групповых целей, групповые встречи 70-х годов, такие как EST (сокращение от Erhard Seminars Training, одно из многих самоисследований, ставших модным увлечением десятилетия),

провозглашали индивидуальное самопознание и успех. Даже музыка и развлечения переключились с коллективного опыта, такого как Вудсток, на дискотеку и кокаин — оба вида деятельности проводятся в группах, но танцуя или получая кайф самостоятельно (за исключением Hustle).

ХРОНОЛОГИЯ

1960–64	Основан Корпус мира Первый семинар Эсалена (Алан Уоттс) Убийство Джона Ф. Кеннеди Первые бэби-бумеры поступают в колледж; Автобусная поездка Весёлого проказника
1965–69	Беспорядки в Уоттсе в Лос-Анджелесе Лето любви; Человеческое присутствие убийства Роберта Кеннеди и Мартина Лютера Кинга-младшего; беспорядки на съезде Демократической партии в Чикаго; Вудсток (август 1969 г.); Альтамонт (декабрь 1969 г.); «Психология самооценки» Брэндона ; <i>Аполлон-11</i>
1970–74	Первый День Земли (22 апреля); Премьера шоу <i>Фила Донахью «Анализ себя»</i> Кохута , «Американская семья» (первое реалити- шоу); начало est (обучение семинарам Эрхарда) <i>Театры «Глубокая глотка »</i> Открытие клуба CBGB в Нью-Йорке Никсон уходит в отставку; Открытие журнала <i>People</i>
1975–79	Статья Тома Вулфа «Десятилетие меня». «Лихорадка субботнего вечера», «Качая железо». «Культура нарциссизма» Лэша
1980–84	Придуман термин «яппи»; Нарциссическое расстройство личности (NPD) в <i>DSM-III</i> MTV в эфире; IBM-ПК; Премьера «Развлечения сегодня вечером» «Поколение X впервые поступает в колледж» Премьеры «Образ жизни богатых и знаменитых»
1985–89	Калифорнийская целевая группа по повышению самооценки; Премьера <i>Опры Inside Edition</i> и премьера в печатном виде Первая волна Generation Me поступает в колледж

1990–94	Коммерциализация Интернета. <i>Джерри Спрингер представляет премьеру сериала «Реальный мир»</i> на канале MTV премьеры 1995–99 гг. О. Дж. Симпсон «Суд века» Придуман термин <i>блог</i>
2000–04	Премьера « <i>Выжившего</i> »; Вершина интернет-пузыря; те, кто родился после 1980 года, участвуют в вечеринке генерального директора колледжа Тусо Козловски стоимостью 2 миллиона долларов; Банкротство Enron. Начало премьеры <i>American Idol</i> на MySpace ; Вторая жизнь. Начало Facebook
2005–07	Вершина жилищного пузыря. <i>Time</i> назвал «Ты» человеком года; Пэрис Хилтон — крупнейший поисковый запрос в новостях Google. Почти каждый 10 человек в возрасте от двадцати лет пережил скандал со стероидами NPD в бейсболе. Пластическая хирургия достигла рекордного уровня
2008 год	Ипотечный кризис и кредитный кризис; можно нанять фальшивых папарацци

70-е годы принесли с собой неконтролируемую инфляцию и высокий уровень безработицы, что стало резким отходом от стабильного экономического роста 1960-х годов. Когда Кристофер Лэш написал «*Культуру нарциссизма*» в 1979 году, он озаглавил ее «*Америка в эпоху убывающих ожиданий*». Лэш предположил, что люди обращаются к самим себе, когда экономическая машина дает сбой. Это интригующая гипотеза, но в последующие десятилетия она оказалась ошибочной. Экономика значительно улучшилась, начиная с середины 1980-х годов, и с тех пор наблюдается рост нарциссизма, как индивидуального, так и культурного. Противоположная точка зрения, которой придерживается, в частности, автор Том Вулф, заключается в том, что *хорошие* экономические времена приводят к крайностям нарциссизма. Согласно этой теории, когда дети эпохи процветания получают все, что хотят, они решают, что мир вращается вокруг них. Эта теория также предполагает, что люди, выросшие в тяжелые экономические времена, должны быть менее нарциссическими — ориентированными на долг, хорошими накопителями и не заботящимися о поисках славы. И это действительно так — это точное описание величайшего поколения, пережившего Великую депрессию и Вторую мировую войну, возможно, последнего не нарциссического поколения в американской истории.

Однако, учитывая, что нарциссизм процветал в экономически нестабильные 70-е годы, экономика явно не отражает всей картины. В 70-х годах наблюдалась стагфляция, но в то же время здесь были самые

привлекательные широкие лацканы, которые когда-либо носили мужчины. Так что же, если дело было не только в экономике?

Главными виновниками, по-видимому, являются три социальные тенденции. Первым катализатором стало движение к повышению самооценки, которое началось с добрых намерений — разве не было бы здорово, если бы люди все время были довольны собой? Первая книга Натаниэля Брэндена *«Психология самооценки»*, опубликованная в 1969 году, сдвинула дело с мертвой точки. Брэнден заявляет, что любовь к себе имеет решающее значение: «Нет более важного для человека оценочного суждения — никакого фактора, более решающего в его психологическом развитии и мотивации, — чем оценка, которую он дает самому себе...». Характер его самооценки оказывает глубокое влияние на мыслительные процессы, эмоции, желания, ценности и цели человека. Это самый важный ключ к его поведению». Как вы знаете из предыдущих глав, мало что из этого верно. Однако исследования самооценки тогда находились в зачаточном состоянии, поэтому утверждения Брэндена были правдоподобными, учитывая то, что было известно на тот момент. Проблема в том, что никто не вернулся и не пересмотрел культурный сценарий, как только исследования показали, что самооценка в конце концов не так уж важна.

К 70-м годам цель самоисследования 60-х годов начала естественным образом переходить в цель самовыражения, во многом являющуюся темой нашего нынешнего века. Идея бэби-бумеров о самоисследовании и «поиске себя» звучит нарциссической и часто таковой является, но она также может привести к большей зрелости и, в конечном итоге, к возвращению в сообщество. И Иисус, и Будда, например, покинули дом, отправившись в путешествие по самопознанию, но в конечном итоге научили поколения людей давать и заботиться. Некоторые формы самоисследования также сложны и требуют самоанализа, дисциплины и иногда глубокого дискомфорта. Самоисследование похоже на самовыражение: оба, например, подчеркивают индивидуальность. Однако самовыражение сделать гораздо проще. Все, что вам нужно делать, это рассказывать о себе, привлекать к себе внимание, а иногда и рекламировать себя.

«Вырази себя» также является простым, но эффективным рекламным слоганом и используется для продажи всего: от кофейных кружек по индивидуальному заказу до ботокса. За последние несколько лет технологии позволили американцам поднять самовыражение на новую высоту с помощью личных веб-сайтов, страниц в Facebook, видео и блогов. Средства массовой информации также переключились на самовыражение, поскольку получить мнение намного дешевле, чем реальные новости. Все это самовыражение было бы хорошо, если бы высказанное имело какую-то ценность, но зачастую это не так. Мы все знаем людей, которые лично или онлайн говорят, потому что хотят, а не потому, что у них действительно есть что-то значимое, чтобы внести свой вклад.

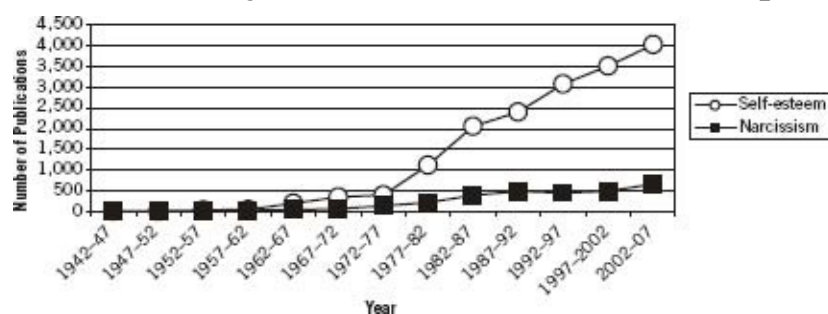
В то же время, когда возрос интерес к самооценке и самовыражению, культура начала отходить от мышления, ориентированного на сообщество.

Как показал Роберт Патнэм в своем бестселлере «*Боулинг в одиночку*», в 70-х годах количество членов в таких группах, как Kiwanis, РТА и даже боулинг-лигах, начало сокращаться. В личных отношениях наблюдались аналогичные тенденции. Число разводов резко возросло, молодые люди стали позже вступать в брак, а рождаемость резко упала. Культура одиночек, практически не существовавшая в 1950-х и 60-х годах, была в моде: появлялись жилые комплексы только для одиноких и дискотеки, полные холостяков в золотых цепочках и молодых холостяков, пытающихся не вывихнуть лодыжки, танцующих под «Остаться». Alive» на четырехдюймовых туфлях на платформе.

Некоторые другие авторы также относят корни эпидемии нарциссизма к 70-м годам, что дает нам дополнительную уверенность в дате. В 1976 году Том Вулф в своей революционной статье в *нью-йоркском журнале* точно обозначил десятилетие, которое осталось только наполовину, «Десятилетие «Я» и Третье великое пробуждение». Статья начинается с описания женщины на сеансе ЭСТ. «Тренер сказал: «Уберите палец с кнопки репресса». Все должны были отпустить... Затем тренер посоветовал всем подумать о «единственной вещи, которую вы больше всего хотели бы исключить из своей жизни...». «Геморрой!» выпаливает одна женщина в комнату 250 других людей. Вскоре она и все в комнате стонут, а затем кричат, пытаясь избавиться от всего, что им кажется нежелательным в жизни». Вулф утверждал, что американцы отказались от представления о себе как о части взаимосвязанной социальной системы – связи родителей с детьми и внуками и сообщества с сообществом – и вместо этого обратились к нарциссическому поиску себя как источника ценности, почти как религиозный опыт. Поиски себя в некотором смысле являются ошибочным поиском божественной искры внутри.

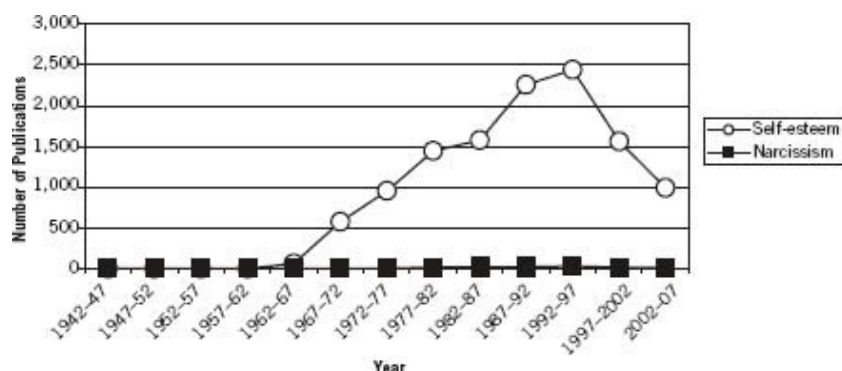
Психологическая терапия также претерпела изменения в 70-е годы. До этого большинство клиентов терапии лечились от подавленных желаний (например, секса, агрессии) по классической фрейдистской модели. Другими словами, они недостаточно выражали себя. Однако, начиная с конца 60-х годов, психотерапевты стали видеть все больше и больше пациентов, чьи проблемы были вызваны чрезмерным *самовыражением* и слишком большим эгоцентризмом. Психоаналитический теоретик Хайнц Кохут впервые определил нарциссическое расстройство личности (НРЛ) в 1971 году. К 1980 году НЛП было официально включено в DSM-III (официальный справочник психических расстройств). Другими словами, к 1980 году расстройства нарциссизма были официально признаны в Соединенных Штатах – еще один показатель того, что 70-е годы стали своего рода переломной точкой или источником возникновения эпидемии нарциссизма.

Психологические публикации о самооценке и нарциссизме



Источник: база данных PsycInfo журнальных статей по психологии и смежным областям, Американская психологическая ассоциация.

Образовательные публикации о самооценке и нарциссизме



Источник: база данных журнальных статей ERIC (Информационного центра образовательных ресурсов Министерства образования США) по вопросам образования и смежных областей.

Даже несмотря на все признаки, указывающие на то, что 70-е годы стали источником эпидемии нарциссизма, мы, авторы, в душе по-прежнему являемся исследователями, и нам хотелось увидеть некоторые цифры, подтверждающие это. Иногда трудно дать количественную оценку культурному сдвигу: откуда нам знать, о чем люди говорили и когда? Мы этого не знаем, но мы знаем, о чем писали люди.

Мы начали наш поиск с академических журналов, в которых сообщалось, когда психологи и специалисты в области образования начали интересоваться самооценкой и нарциссизмом. Как вы можете видеть из графика в главе 4, интерес исследователей-психологов к самооценке действительно возрос в конце 70-х годов. Интерес к нарциссизму отстал, но, похоже, начал проявляться в конце 70-х – 80-х годах.

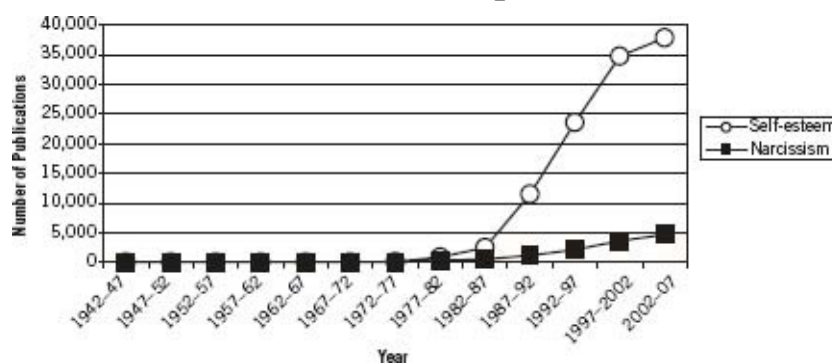
Исследователи образования, скорее всего, будут заинтересованы в практических последствиях и сосредоточат внимание на последствиях для детей. Педагоги начали обсуждать самооценку довольно рано, начиная с конца 60-х (когда бэби-бумеры покидали школу) и достигнув пика в 90-х (когда сегодняшние двадцатилетние ходили в школу). Однако почти ни одно исследование в сфере образования не изучало последствия нарциссизма. Например, с 1992 по 1997 год было выпущено почти 2500 образовательных публикаций по самооценке и только 30 по нарциссизму. Педагоги явно

ориентированы на светлые стороны самолюбования и почти полностью игнорируют нарциссизм. Этот односторонний взгляд на самолюбование может объяснить продолжающуюся популярность программ и учебных программ по повышению самооценки в школах.

Конечно, статьи в популярной прессе являются даже лучшим показателем культурных изменений, чем академические журналы. Как показано на графике ниже, интерес популярных СМИ как к самооценке, так и к нарциссизму отставал от академического интереса. Однако к концу 80-х – началу 90-х интерес к самооценке более чем возрос. Интерес к нарциссизму не был таким большим, но ситуация постепенно начинает меняться: каждые пять лет, начиная с начала 90-х, появляется все больше и больше статей на эту тему. В 2002–2007 годах интерес популярных СМИ к самооценке и нарциссизму достиг небывалого максимума.

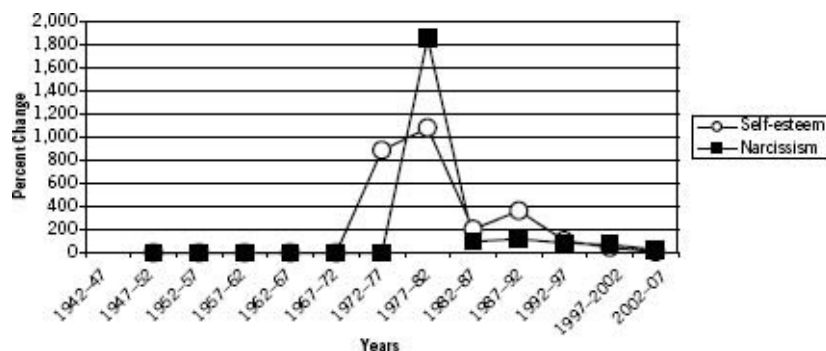
Из-за невероятного количества новостей о самооценке сегодня (почти 40 000 статей в период с 2002 по 2007 год) трудно точно определить, когда интерес к самооценке действительно возрос. Чтобы изучить это, мы рассчитали *изменение* охвата от одного пятилетнего периода к следующему — другими словами, насколько охват увеличился или уменьшился по сравнению с предыдущим периодом времени. Эти данные показывают, что самые большие изменения произошли в конце 70-х и начале 80-х годов. Как показывают другие культурные маркеры, в 70-е годы в американской культуре что-то изменилось, и сегодня мы живем с этими изменениями.

Публикации в крупных новостных агентствах о самооценке и нарциссизме



Источник: база данных газет и журналов LexisNexis.

Процентное изменение в статьях о самооценке и нарциссизме



Источник: база данных газет и журналов LexisNexis.

Наконец, мы посмотрели на количество книг, издаваемых в США каждый год. Этот график очень похож на другие, с точкой перегиба в 70-х годах. До 1976 года самооценке и нарциссизму посвящено менее пяти книг в год. В большинстве лет до середины 1970-х годов их не было. Интерес неуклонно рос в течение 80-х годов, достигнув своего пика, когда в 1994 году было опубликовано 28 книг о самооценке. С конца 70-х годов количество книг о нарциссизме оставалось довольно стабильным: от пяти до десяти в год.

Таким образом, ряд источников, как эмпирических, так и наблюдательных, указывают на 70-е годы как на начало эпидемии нарциссизма. Как показывают наши данные о нарциссизме на индивидуальном уровне, нарциссизм начал расти только после 70-х годов. Оранжевые брючные костюмы из полиэстера пришли и ушли, но нарциссизм сохранился, становясь все более распространенным с каждым годом.

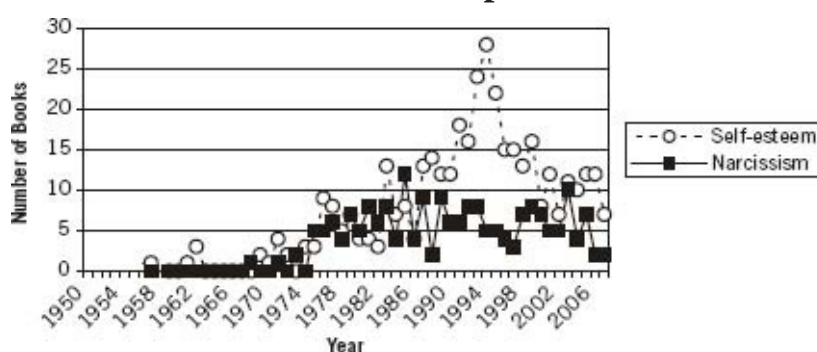
1980-е годы и далее

Ни одно событие не положило начало эпидемии нарциссизма; вместо этого основные культурные идеи американцев постепенно стали более сосредоточены на самолюбовании и самовыражении. В то же время вера американцев в силу коллективных действий или правительства была потеряна.

Америка всегда была индивидуалистической нацией, но она была основана на идеях индивидуальной свободы, свободы от тирании и фундаментального равенства — ценностях, которые подчеркивали независимость, а не нарциссизм. Но когда эти мощные идеи были дополнены новыми ценностями самолюбования и самовыражения, результаты оказались ужасными. В 1970-е годы процветали потакание своим слабостям и эгоцентризм, а также чувство недомогания. Как только эти новые ценности утвердились в 80-х и позже, недуги 70-х исчезли, уступив место более экстравертной, поверхностной и материалистической форме нарциссизма. Культура превратилась в самовоспроизводящийся цикл, в котором социальные убеждения и поведение менялись, чтобы соответствовать новой культурной идее самолюбования. Родители начали воспитывать в своих детях чувство высокого мнения о себе, а в образовательной практике стал уделяться особое внимание самолюбованию и самовыражению. Как ясно показывает наша хроника,

средства массовой информации сосредоточили внимание на знаменитостях больше, чем раньше. Первый номер журнала *People* вышел в 1974 году, а первый выпуск программы «Образ жизни богатых и знаменитых» вышел в эфир в 1984 году. К 90-м годам знаменитости стали освещаться в основных новостных агентствах, и обычные люди начали искать славы (даже если это была позорная слава). в дневных ток-шоу, таких как «Джерри Спрингер», которое впервые вышло в эфир в 1991 году. Вскоре последовало реалити-шоу, пионерами которого стали «Реальный мир» в 1992 году и «Выживший» в 1999 году. Интернет вывел это на совершенно новый уровень — американцы теперь могут транслировать себя 24 часа в сутки. 7 на YouTube и рекламируют себя на Facebook и MySpace.

Книги о самооценке и нарциссизме, каталогизированные в Библиотеке Конгресса США



Источник: база данных Библиотеки Конгресса США.

Хотя пока еще слишком рано говорить об этом, появление MySpace , Facebook и YouTube в 2005–2006 годах может оказаться вторым переломным моментом в росте эпидемии нарциссизма. А 2008 год запомнится как год, когда подпитываемые кредитами мечты наконец столкнулись со стеной реальности. Трудно сказать, куда пойдет история дальше. Даже несмотря на разговоры о скупости во время экономического кризиса, культурная ценность самолюбования глубоко укоренилась, как и вытекающий из него материалистический нарциссизм. Снова стать нацией серьезных сберегателей будет сложно – отчасти потому, что наши родители относились к нам как к членам королевской семьи еще до нашего рождения.

ГЛАВА 5

Воспитание детей. *Взращивание царственности*

Во время недавней поездки в Babies R Us Джин стояла в очереди к кассе, изо всех сил стараясь не дать дочери бежать в горы (или туда, куда идут малыши, когда они не хотят стоять на месте). Это стало еще сложнее, когда Джин отвлеклась на нагрудники на кассе. Большими белыми буквами на розовом и синем фоне было написано: «Магнит для цыпочек», «Супермодель», «Принцесса» и (доступно в обоих цветах) «Я Босс».

Это всего лишь беглый взгляд на новую культуру воспитания, которая подпитывает эпидемию нарциссизма. То, что люди считают шестимесячного ребенка в нагруднике «Супермодель» милым, многое говорит о нашей культуре. Все чаще можно увидеть, как родители уступают власть маленьким детям, осыпают их незаслуженными похвалами, защищают их от критики со стороны учителей, дарят им дорогие автомобили и позволяют им иметь свободу, но не связанную с ней ответственность. Не так давно дети знали, кто здесь босс, и это были не они. Это были мама и папа. А мама и папа не были твоими «друзьями». Они были твоими родителями.

Это радикальное изменение в воспитании детей вызвано основной культурной ценностью самолюбования и позитивных чувств. Родители хотят одобрения своих детей, а это противоречит прошлому идеалу, когда дети стремились к одобрению своих родителей. По крайней мере, в краткосрочной перспективе дети любят родителей, которые уступают их требованиям. Неприятно, когда ты не даешь своему ребенку то, что он хочет, и он говорит: «Я ненавижу тебя» (или личное любимое высказывание Кита: «Я просто не люблю тебя так сильно, как маму»). До недавнего времени родители считали своей обязанностью справляться с этими эмоциями, отстаивая свою позицию. Вместо этого многие из сегодняшних родителей стремятся воспитать в детях чувство самолюбования и самоуважения, отчасти потому, что в книгах и статьях подчеркивается их важность. К сожалению, многое из того, что родители думают о повышении самооценки (например, когда говорят ребенку, что он особенный и дает ему то, что он хочет), на самом деле приводит к нарциссизму.

Родители, разумеется, не думают: «Ого, разве не было бы здорово вырастить нарциссического ребенка?» Вместо этого они хотят сделать своих детей счастливыми и повысить их самооценку, но часто заходят слишком далеко. Благие намерения и родительская гордость открыли дверь культурному нарциссизму в воспитании детей, и многие родители выражают свою любовь к своим детям самым современным способом: заявляя о величии своих детей. На значительной части одежды для девочек написано «Принцесса» или «Маленькая принцесса», что является принятием желаемого за действительное, если только вы не являетесь давно потерянным

престолонаследником. А если ваша дочь принцесса, значит ли это, что вы королева или король? Нет, это значит, что ты верный подданный и должен делать то, что говорит принцесса.

Больше, чем когда-либо в истории, потребности ребенка стоят на первом месте. Родители регулярно спрашивают своих детей (даже тех, кто слишком мал, чтобы ответить), чего они хотят («Что ты хочешь на ужин?», «Хочешь поговорить с бабушкой?», «Хочешь пойти в парк?»). Во время одного полета дошкольник с удовольствием смотрел свой DVD-плеер. Когда его мать надела свои наушники, ребенок схватил их и громко запротестовал: «Нет, ты не должен этого делать». Реакция матери была ошеломляющей. «Мне очень жаль», сказала она трехлетнему ребенку.

Родители, которые хотят придерживаться старой модели воспитания детей, которая преуменьшает значение материализма и делает упор на вежливость и дисциплину, идут против течения культуры. Если вы не позволяете своим детям что-то делать, но каждое сообщение, которое ваши дети слышат – от средств массовой информации, друзей, школы и других родителей – говорит им, что все в порядке, ваше сопротивление продлится недолго. Мы знаем — мы были там. Решимость многих родителей рухнула перед лицом дозволительных норм. Воспитание — это всегда борьба того или иного рода, и в наши дни это часто борьба обеспокоенных родителей против подавляющей волны нарциссических ценностей.

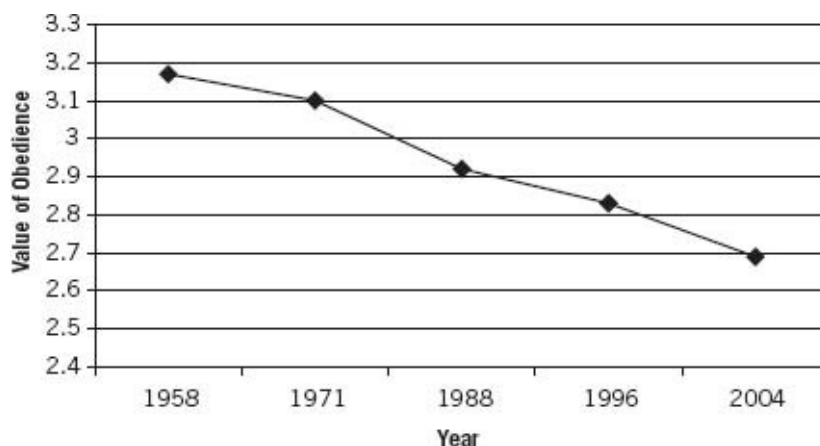
КАК ИЗМЕНИЛОСЬ РОДИТЕЛЬСКОЕ ВОСПИТАНИЕ

Когда группа матерей 1920-х годов перечисляла качества, которые они хотели бы видеть в своих детях, они называли строгое послушание, преданность церкви и хорошие манеры. В 1988 году лишь немногие матери назвали эти черты; вместо этого они выбрали независимость и терпимость. Более масштабное общенациональное исследование, в ходе которого отслеживалось отношение родителей к детям до 2004 года, дало аналогичные результаты. В нем задавался вопрос: «Если бы вам пришлось выбирать, что из этого списка вы бы выбрали как наиболее важное для ребенка, чтобы научиться готовить его (или ее) к жизни?» Пять вариантов выбора: «подчиняться», «быть любимым или популярным», «думать самостоятельно», «усердно работать» и «помогать другим, когда они нуждаются в помощи». Некоторые вещи постоянны: американские родители всегда считали самым важным «думать самостоятельно». Однако еще в 1958 году люди говорили, что вторая по важности вещь, которой может научиться ребенок, — это «послушание». Уже нет. На протяжении 1980-х и 90-х годов важность послушания неуклонно снижалась, пока оно не заняло предпоследнее место. Рейтинг послушания достиг рекордно низкого уровня в 2004 году, последнем году, за который имеются данные.

Эти опросы подтверждают мнение многих американцев о современном воспитании детей: что мы стали слишком снисходительными, что мы слишком хвалим детей, что мы относимся к нашим детям почти как к членам королевской семьи. Трудно найти в Америке кого-нибудь, кто считает, что

родители сейчас более строгие, чем тридцать лет назад. Практически все согласны с тем, что родители теперь стали значительно снисходительнее. «Слишком многие [современные] родители невинно совершили ошибку, идеализируя своих детей вместо того, чтобы по-настоящему любить их», — пишет психолог Полли Янг-Айзендрат. Хорошо, что мы больше не всегда ожидаем слепого повиновения, но, возможно, мы слишком далеко отклонились в сторону подчинения нашим детям, а не они подчиняются нам.

Изменение в оценке родителями послушания детей



Источник: Алвин, Д.Ф. (1988). От послушания к автономии: изменения желаемых качеств у детей, 1924–78. Ежеквартальный журнал «Общественное мнение», 52, 33–52; и данные Общего социального обследования за 1988, 1996 и 2004 годы.

Вы можете купить дочери футболку с надписью «Безнадёжно избалован» или одеть сына в рубашку с надписью «Извините, девочки, встречаюсь только с моделями». На одной ярко-красной рубашке написано: «Я главный». Другая линия футболок позволяет объявить, что ваш ребенок — «Будущий лидер свободного мира» или «Будущий участник реалити-шоу». Вы даже можете купить своему новорожденному соску марки Bling, украшенную стразами, в комплекте с сумкой с надписью «Принцесса» или «Рок-звезда». Сегодня, даже когда вам всего несколько недель, важно не выходить из дома без побрякушки.

В своей пророческой книге 2001 года *«Слишком много хорошего»* детский психолог Дэн Киндлон утверждает, что современные родители слишком часто балуют своих детей. «По сравнению с предыдущими поколениями мы эмоционально ближе к нашим детям, они нам больше доверяют, нам с ними веселее», — написал он. «Но мы слишком снисходительны. Мы даем нашим детям слишком много и требуем от них слишком мало. Я вижу это в домах, которые посещаю, в школах, где выступаю, в семейных консультациях, которые я провожу, а также в родителях и детях, с которыми я встречаюсь в торговых центрах, супермаркетах и видеомагазинах». Киндлон в своей книге сосредоточил внимание на детях из представителей верхнего среднего класса, но большая часть чрезмерного баловства, которое он документирует, похоже, стекает вниз по социально-экономической лестнице. Когда детей

слишком балуют, утверждает Киндлон, это приводит к последствиям, напоминающим семь смертных грехов: гордость, гнев, зависть, лень, обжорство, похоть и жадность. Семь смертных грехов — это, конечно же, краткое изложение симптомов нарциссизма.

В 90-х годах два автора придумали название для этих современных спрайтов: Дети индиго. Они утверждали, что эти дети являются следующим шагом в духовной эволюции человечества. Нам кажется более вероятным, что тип ребенка, который они описывают, является продуктом их чрезмерно снисходительного воспитания современными родителями. Дети индиго, пишут авторы, «приходят в мир с чувством королевской власти (и часто ведут себя соответственно этому)», «кажутся асоциальными», «испытывают трудности с абсолютной властью», «видят лучшие способы ведения дел, что заставляет их казаться «разрушителями системы». Для них «самооценка — не проблема» и «они просто не будут делать определенные вещи; например, им трудно стоять в очереди». (Это и для нас, но опять же, мы не Принцесса, Будущий Лидер Свободного Мира и даже не участница реалити-шоу будущего). Авторы сообщают, что все больше и больше родителей и учителей видят детей, которые не могут или не хотят слушать взрослых. «Вы не можете «говорить свысока» с этими детьми. Они плюнут тебе в глаз, если ты поговоришь с ними свысока.... С самого рождения дети Индиго испытывают потребность в признании и статусе. Со всем этим вниманием они действительно могут быть похожи на членов королевской семьи!» Авторы последовательно описывают этих детей как «особенных».

Да, они особенные, но, возможно, не в том смысле, в каком их авторы имеют в виду. В 2001 году опрос *Time /CNN* показал, что 80% людей считают, что дети более избалованы, чем в 80-х и 90-х годах. В том же опросе две трети родителей назвали своих *детей* избалованными. Как объяснялось в сопроводительной статье на обложке *журнала Time* : «Пойдите в торговый центр, на концерт или в ресторан, и вы сможете найти их на воле, детей, которым никогда не говорили «нет», чье чувство власти и своих прав заставляет зрителей затаить дыхание, песок... пинающие, топчущие ногами, выкручивающие руки, заискивающие и скулящие деспоты, чьи родители, по-видимому, заслуживают общества монстров, которых они, в конце концов, создали».

Ну, возможно. Конечно, в воспитании детей произошел сдвиг от правил и ограничений к тому, чтобы ребенок получал то, что он или она хочет. Но многие родители устанавливают ограничения и очень стараются не переусердствовать. Потом ребенок видит по телевизору бесконечные пластиковые приспособления и хочет их всех. Или он замечает, что его школьные друзья едят на ужин мороженое, а он никогда этого не делает. Или она поет «Я особенная, я *особенная*, посмотри на меня» в детском саду. В конце концов, она становится немного старше и хочет носить бикини на своей странице в MySpace, гулять всю ночь, и, о да, на мой день рождения ты можешь подарить мне сумочку Fendi, уроки моделирования и такую машину за 50 000 долларов, как у девушки из *My Super Sweet 16*? Спасибо, мама.

Как родитель, вы можете легко утомиться, говоря «нет» весь день, поэтому иногда вы говорите «да». Дети всегда просили своих родителей о чем-то — что нового, так это то, что родители теперь с большей вероятностью скажут «да» (возможно, из-за снисходительности, возможно, из-за большей готовности влезать в долги). Чего вы можете не осознавать, так это того, что вы участвуете в той же битве, что и родители по всей стране, борясь против все более нарциссической культуры. «Эта война ведется квартал за кварталом, дом за домом», — пишет Нэнси Гиббс в журнале *«Time»*. «Если пытаться сразиться с силами Голливуда, Мэдисон-авеню или корпорации Nintendo — слишком сложно, то, по крайней мере, вы можете решить, что, если дети на улице не отрываясь смотрят телевидение, не означает, что ваши дети тоже должны это делать. Вы можете ввести комендантский час, поручить работу по дому и постараться регулярно ужинать вместе». Или вы можете сдать, потому что, скажем прямо, так проще.

Даже если не считать давления со стороны общества, некоторым родителям сложно установить ограничения, что было невозможно себе представить несколько десятилетий назад. Дочь звезды ситкома Лии Ремини София, почти четыре года, спит в постели родителей и требует до восьми бутылок за ночь. «Это порочный круг», — говорит отец Софии Анджело Пэган. «Она просыпается чтобы пописать, а затем ей нужны еще бутылки с водой, чтобы снова заснуть». Они позволили этому продолжаться годами. «Мы даже не знали, что поступаем неправильно», — сказал Ремини. «Мне говорили педиатры, но я им не поверил. Она продолжала просыпаться, чтобы попить, так что я думаю, у нее, должно быть, обезвоживание». Снисходительность распространяется и на еду в течение дня. «Она хочет эскиммо на завтрак? На завтрак она получает эскиммо», — говорит Ремини. «Мы признаем, что наш ребенок полностью управляет нами».

КАК МЫ ЗДЕСЬ ОКАЗАЛИСЬ?

Как и большая часть эпидемии нарциссизма, современное воспитание детей началось с добрых намерений. У родителей 1950-х годов, воспитавших бэби-бумеров, возможно, было слишком много правил и ограничений. «Потому что я так сказал» должно было быть достаточным объяснением. «Просто подожди, пока твой отец вернется домой» означало, что тебе придется получить ремень. Родители часто были эмоционально отстраненными авторитетными фигурами и редко садились на пол, чтобы поиграть со своими детьми. Тогда было более чем сейчас распространено, что родители говорили ребенку, что он «нехороший» или «плохой мальчик».

Теперь мы знаем, что лучше, и это хорошо. Лучше объяснить причины появления правил, чем просто сказать «потому что я так сказал». Дети ведут себя лучше, когда их действия перенаправлены («Не дерись, играй хорошо»), а не навешивают на них ярлык самоисполняющегося пророчества («Ты плохой мальчик»). Подробный обзор исследований по наказаниям показал, что дети, которых шлепают, подчиняются немедленным просьбам, но на самом деле с *меньшей* вероятностью будут вести себя самостоятельно в будущем. Они также более склонны быть агрессивными

по отношению к другим детям. Родители теперь общаются со своими детьми и внимательно играют с ними. И достижения в области защиты детей и здоровья поразительны: автокресла, более безопасные детские кроватки, а также советы беременным женщинам, не курящим и не употребляющим алкоголь, спасли маленькие жизни, тела и умы. Большая часть внимания к особенностям и самооценке также начиналась с добрых намерений: родителям говорили, что дети, которые хорошо относятся к себе, добьются большего в жизни. Однако во многих случаях акцент на добрых чувствах превратился в чрезмерное баловство.

Стремление к участию родителей (например, знакомству с учителями вашего ребенка) теперь превратилось в чрезмерное участие. В популярных СМИ появился термин «вертолетное воспитание» для мам и пап, которые парят рядом со своими детьми, защищая их от всего. Теперь вы можете купить своему малышу шлем на случай, если он упадет во время ходьбы. Боясь, что дети расстроятся в случае проигрыша, родители призвали детские спортивные лиги прекратить вести подсчет очков, а если лига достаточно радикальна, чтобы вести счет, каждый получит трофей одинакового размера, независимо от того, выиграет он или проиграет. (И это *так похоже на реальную жизнь*.) В других лигах каждый получает трофей просто за то, что он в команде. У племянника Джин есть медаль с надписью «Отличное участие». Что это значит — я хорошо умею появляться? Списки почета не публикуются в местной газете из опасения задеть чувства учащихся с более низкими показателями. Родители спорят с учителями по поводу оценок ребенка вместо того, чтобы оставить эту задачу самому ребенку (или иногда самому взрослому; колледжи начали сообщать о звонках родителей с жалобами на оценки). И, конечно же, сама идея спора об оценках отдает нарциссизмом: эта учительница не знает, о чем говорит! Я величайший — этот Ди не может быть прав!

Когда Джин говорит с руководителями корпораций, она слышит удивительные истории о том, как родители теперь вмешиваются в жизнь молодых работников. Некоторые новоиспеченные выпускники колледжей приводят на собеседование своих родителей. Одна молодая женщина двадцати с чем-то лет, проработавшая на работе уже год, привела своего отца на встречу по оценке сотрудников с начальником.

СОЗДАНИЕ НАРЦИССИЧНОГО РЕБЕНКА

Некоторые ранние теоретики психодинамики полагали, что нарциссизм является результатом холодных и пренебрежительных родителей, но эмпирические данные не очень убедительно подтверждают этот вывод, за исключением некоторых форм уязвимого или скрытого нарциссизма. Более современные поведенческие теории утверждают, что нарциссизм возникает из-за раздутой обратной связи: если вам снова и снова говорят, что вы великий, вы, вероятно, подумаете, что вы великий.

Четыре психологических исследования изучали взаимосвязь между родительским стилем и нарциссическими чертами личности детей. В одном

исследовании дети в возрасте от 9 до 13 лет прошли тест на нарциссизм и сообщили о поведении своих родителей один раз, а затем снова через 12–18 месяцев. Дети, чьи матери были одновременно теплыми и психологически контролирующими (другими словами, как родитель-вертолет), позже получили самые высокие оценки по нарциссизму. В другом исследовании молодые люди-нарциссы сообщили, что их родители были снисходительны. Нарциссы чаще соглашались с тем, что «Оглядываясь назад, я чувствую, что мои родители иногда ставили меня на пьедестал», «Когда я был ребенком, мои родители считали, что у меня исключительные таланты и способности», «Когда я был ребенком, мои родители хвалили меня». практически за все, что я делал» и «Когда я был ребенком, родители редко меня критиковали». В двух других исследованиях подростков и молодых людей просили сообщить, насколько внимательно родители следили за ними в подростковом возрасте. Респонденты-нарциссы чаще говорили, что их родители на самом деле не знали, куда они ходят ночью. Эти исследования не идеальны — некоторые полагаются на небольшие выборки, другие просят взрослых рассказать о воспитании детей, которое они получили много лет назад, и результаты местами противоречат друг другу (например, психологический контроль связан с нарциссизмом, но такие меры контроля, как комендантский час охраняют от него). Тем не менее, общая картина воспитания, которая приводит к появлению нарциссических детей, очень напоминает современных родителей: чрезмерно снисходительны, хвалят и возлагают на ребенка ответственность. Это не очень хорошие новости для родителей, чей ребенок носит нагрудник с надписью «Я босс».

СМЕНА РОЛЕЙ

Поколение или два назад роли родителя и ребенка были четко определены, и родитель был главным. Точка. Однако сегодня многим родителям неудобно быть авторитетными фигурами. Они предпочли бы, чтобы их ребенок любил их, чем уважал бы их, и предпочли бы быть другом ребенка, чем строгим родителем. Эта тенденция началась в 70-х годах с таких книг, как «ОЭР: Обучение эффективности родителей», в которых утверждалось, что родители на самом деле знают не больше, чем их дети. Хотя в книге четко указано, что родители не должны позволять своим детям делать все, что они хотят, это было первое среди многих руководств для родителей, поощряющее равенство между родителями и детьми.

Сегодня многие дети принимают семейные решения, что было неслыханно всего несколько десятилетий назад. Восемнадцатилетняя Никки Фатигати из Вудриджа, штат Иллинойс, помогла своему отцу принять решение о новой работе, в том числе сократила разницу в зарплате и подписала бонусы. Ее отец, Джим, говорит, что, когда он был подростком, его родители никогда бы не поделились подробностями такого решения. «Я смертельно боялся своего отца», — сказал он. «Смертельно.» Дэвид Сапата был удивлен, когда две его дочери заявили, что семье нужна вторая машина. «В моей семье мой отец был боссом», — сказал он. Но они купили машину. Опрос показал, что более 40% подростков считают свое мнение «очень важным» при принятии

семейных решений, и эта тенденция, по словам социологической компании, начала проявляться только после 2000 года.

Даже дошкольники помогают семье принимать решения о покупке, и мы не говорим о шоколадном батончике за 50 центов. Во время недавнего похода в мебельный магазин Джин увидела, как молодая мать спрашивает своего двухлетнего сына, какую кровать он хочет. Конечно, спать в ней ему, но вряд ли он знает, что соответствует семейному бюджету и какая кровать лучше. Карен Хилл Скотт, консультант по образованию, знает семью, в которой пятилетний мальчик выбрал новую семейную машину. «Это действительно эпоха слабых родителей», — говорит Хилл Скотт. Без шуток. Предоставление такой большой власти детям учит вызывающему взгляду на жизнь — со всеми её развлечениями и выбором, но без ответственности. Это отличается от предоставления детям выбора, который позволил бы им научиться быть независимыми. Спросить ребенка: «Ты хочешь носить синее пальто или красное пальто?» когда на улице холодно, это совсем не то же самое, что спрашивать: «Что бы ты хотел надеть?» и рискуя, что ребенок ответит: «Мой купальник». Когда психологи изначально предлагали предоставить детям возможность принимать решения, они имели в виду выбор между двумя разумными альтернативами, причем по мелочам, а не по мебели и машинам.

Когда эти дети подрастут, вполне справедливо поспорить, что их родители не смогут использовать свои полномочия (при условии, что они у них еще останутся) для установления комендантского часа или запрета им ходить на вечеринки с алкоголем. Когда родитель видит себя другом своего ребенка, трудно настоять на том, чтобы ребенок ложился спать, или установить строгие правила. И подростку, который выбирает работу для своего отца, будет трудно поверить, если он скажет ей, что он здесь главный, когда она вернется домой поздно ночью. В исследованиях, посвященных воспитанию детей и нарциссизму, такой слабый родительский контроль был одним из самых сильных коррелятов нарциссизма у подростков. Это позволяет прогнозировать подростковое злоупотребление наркотиками и алкоголем, а также преступность.

А вот ещё. Как пишет Нэнси Гиббс: «В Нью-Йорке есть бат-мицва, где выступала группа N Sync; в Хьюстоне это розовая вечеринка с обслуживанием стоимостью 20 000 долларов для 50 семилетних девочек, которые все носили норковые шубы, как их мамы». С поправкой на инфляцию дети 2000-х годов тратили на 500% больше, чем их родители в том же возрасте. Имущество, необходимое для того, чтобы быть крутым, кажется, с каждым годом стоит все дороже. По мере того, как дети становятся старше, растет спрос на дорогие iPod, сотовые телефоны со всеми функциями и билеты на концерты в первом ряду. Многие дети не зарабатывают денег, чтобы платить за такие вещи, вместо этого они ожидают, что им их просто дадут. Это точное определение «достоинства», одного из центральных аспектов нарциссизма.

В фильме 1971 года «Вилли Вонка и шоколадная фабрика» фигурировали четверо детей, чьи излишества, тогда смешные, теперь кажутся обычным

явлением: Майк Тиви, одержимый появлением на телевидении; Виолетта Боргард, желающая победить любой ценой; Огастес Глуп, предвестник эпидемии детского ожирения; и Верука Солт, которая требует каждую материальную вещь, которую видит... *сейчас*. Еще в начале 70-х все знали, что пятый ребенок, Чарли Бакет, был хорошим, потому что он был беден и отказывался обманывать. Теперь это означает, что он не крутой.

ПЕРЕХВАЛИВАНИЕ

Одно из исследований по воспитанию детей обнаружило связь между нарциссизмом и тем, что родители ставят детей на пьедестал, хваля их за все и редко критикуя. Трудно найти более краткое определение воспитания детей в современную эпоху, когда дети получают спортивные награды только за участие. Большинство родителей думают, что это поможет детям. Родители считают, что похвала повышает самооценку, что, в свою очередь, способствует успеху. Родители также думают, что похвала поощряет производительность, и полагают, что более высокий уровень похвалы способствует более высоким уровням производительности. Наконец, родители считают, что похвала является альтернативой чувству стыда как мотиватора поведения детей. Угроза позора — мощный, но неприятный мотиватор.

Хвалить детей, когда они хорошо выполняют работу или хорошо себя ведут, — это нормально. На самом деле этот подход работает лучше, чем наказывать детей за плохое поведение. Но в последние несколько десятилетий американское воспитание перешло к другой модели, поощряя похвалы за малейшие достижения, а иногда и за плохую успеваемость. Думать, что ты замечательный, хотя на самом деле ты воняешь, — это рецепт нарциссизма, однако именно это многие родители и учителя поощряют в детях каждый день во имя самооценки.

Чрезмерная похвала заложена даже в нашу систему образования. Хотя в 2006 году (по сравнению с 1976 годом) на 20% меньше учеников выполняли домашние задания по 15 и более часов в неделю, в два раза больше учеников сообщили, что получили среднюю оценку «отлично» в средней школе. Другими словами, учащиеся теперь получают более высокие оценки за *меньшее количество* работы. Внеклассные мероприятия имеют аналогичную политику. Мишель, 45-летняя выпускница Университета Индианы, которая ответила на наш онлайн-опрос, недавно вернулась, чтобы судить IU Sing, общеуниверситетский певческий конкурс. Она была удивлена, обнаружив, что теперь на конкурсе присуждаются места с первого по пятое в двух дивизионах, пять специальных наград и лучший результат в целом. «Наград вручается так много, что кажется, что артисту сложно НЕ получить что-то», — сказала она.

К сожалению, решение перехваливать — не такое, каким кажется: оно может привести не только к нарциссизму, но и к неудаче. После успешного выполнения задания некоторых детей в исследовании хвалили за то, насколько они умны. Другим сказали, что хорошо, что они так усердно работают. Позже те,

кого хвалили за упорный труд, добились гораздо большего — они могли сделать это снова. Те, кому говорили, что они умны, боялись пробовать — что, если у них получится плохо? Это означало бы, что они больше не были умными. Это исследование показывает, что лучше хвалить ребенка за усердную работу, а не давать слишком общий способ, ставший настолько популярным, — говорить ребенку, что он особенный, замечательный и умный.

В своей недавней книге «Ловушка самооценки» Полли Янг-Айзендрат описывает, как отношение к детям как к «особенным» приводит к тому, что молодые люди становятся эгоцентричными, но хрупкими перед лицом тяжелой работы и негативной обратной связи. Они чувствуют себя вправе претендовать на высокостатусные профессии, но быстро разочаровываются, если сразу не достигают большого успеха.

Когда Кит поднял эту тему на одном из семинаров для выпускников, большинство студентов сообщили, что испытывали схожие чувства или знали, что это общие чувства среди их сверстников. Затем Кит прочитал классу стандартную лекцию «Как добиться успеха в учебе» (ту самую, которую он прочитал не так давно). Короче говоря, чтобы освоить любую сложную профессию, нужно не менее десяти лет усилий. Обычная формула успеха в учебе (и во многих других областях) заключается в следующем: 1) найти лучшего человека в этой области, который готов позволить вам работать с ним или с ней, 2) делать все, что этот человек говорит, в течение пяти лет и работать 3) и, наконец, после того, как вы заслужили доверие и уважение этого человека, вы утверждаете себя в этой области в течение пяти или более лет при поддержке этого человека. Затем 4) оплатите тем же, наставляя новичков в этой области. Успех — это «война на истощение»: вас часто отвергают, но, если вы продолжите усердно работать, вы, скорее всего, продвинетесь вперед.

Однако многим студентам не очень понравилась идея 10-летнего карьерного пути. Они считали, что успех должен прийти быстро, и им не нравилась идея учиться у людей, которые умнее их. Другими словами, они думали, что они особенные. Вместо этого им было бы лучше сосредоточиться на обучении, развитии навыков и постепенном достижении успеха в карьере.

БУДЬТЕ ПОБЕДИТЕЛЕМ, А НЕ ЛЮБИМЧИКОМ

Родители также доведены до безумия гиперконкуренции волной новых детских товаров, которые обещают «способствовать когнитивному развитию!» или «развивать навыки мышления!» Видео о Малышке Эйнштейне — самый известный пример. Название, похоже, предполагает, что они помогут вашему ребенку стать гением. Родители покупают кассеты Бэби Моцарта, полагая, что они сделают их детей умнее; В 1998 году тогдашний губернатор Джорджии Зелл Миллер выделил в государственный бюджет 105 000 долларов на покупку компакт-диска с классической музыкой для каждого новорожденного. Как пишет Дэйв Уолш в своей книге «Нет», «многие родители беспокоились о том, что их дети отстают от других детей, которые слушают «Волшебную флейту». «Хотя на первый взгляд это хорошо,

что родители заботятся об обучении своих детей, эти продукты могут продвигать нарциссические ценности гиперконкуренции и победы любой ценой, не принимая во внимание ценности заботы и внимания к другим. Родители покупают видео о Малышке Эйнштейне, а не о Малышке Матери Терезе.

Многие родители продолжают придерживаться такого подхода, когда их дети становятся подростками и молодыми людьми, советуя им получить образование и добиться успеха в карьере, прежде чем они вступят в близкие отношения. Лаура Сешнс Степп, репортер *Washington Post* и автор книги «*Unhooked*», пишет: «Некоторые молодые женщины, за которыми я наблюдала, страдали от впечатления, что они не могут любить глубоко и страстно... и жить независимой, осмысленной жизнью, которой, сказали родители, они хотят, и многие из них действительно захотели». В колонке студенческой газеты Университета Дьюка Энн Кэтрин Уэйлс написала: «В Дьюке мы идем быстрыми темпами... проходим стажировки в крупных компаниях.... Но на каком-то этапе большинство из нас с кем-то сблизилось, возможно, даже влюбились. По какой-то причине это пугает нас до невероятности. Как-то это не вписывается в наш план достижения нашей мечты.... У нас есть консультанты по вопросам карьеры, которые рассказывают нам, как пройти стажировку, поступить в медицинскую школу и получить высокооплачиваемую работу. Но никто не говорит нам, как включить наши чувства в уравнение успеха». Сосредоточение внимания на индивидуальных достижениях, игнорирующее чувства, любовь и заботу, является рецептом нарциссизма. Отсутствие заботы о других приводит ко многим негативным последствиям нарциссизма, таким как отсутствие сочувствия, невежливость, чувство привилегий и агрессия. Воспитывая супер-успешных людей, сегодняшние родители, возможно, непреднамеренно, воспитали супер-нарциссов.

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

Воспитание — невероятно мощная сила для распространения культурных ценностей. От наших родителей мы учимся правильному и неправильному, тому, как обращаться с другими, политическим и экономическим убеждениям, предрассудкам или терпимости, а также манерам (или их отсутствию). Воспитание оказывает такое большое влияние на детей, потому что родители здесь первые.

Маловероятно, что американская культура когда-либо вернется к прежней модели авторитарного родителя. В каком-то смысле это хорошо: порка приводит к еще большей агрессии, а требование беспрекословного послушания не помогает детям выработать внутренний ориентир поведения. Однако многие родители явно зашли слишком далеко в сторону передачи ответственности своему ребенку. Вот несколько шагов, которые родители могут предпринять, чтобы умерить нарциссические импульсы у своих детей:

- Скажите «нет» и стойте на своём. Нет ничего плохого в том, чтобы сказать «нет» своему ребенку. Но вы должны и придерживаться этого. Если

вы говорите «нет», а ваш ребенок скулит и кричит, а затем вы сдаетесь, вы только что научили своего ребенка, что нытье и крик эффективны. Для получения дополнительной информации мы настоятельно рекомендуем книгу Дэвида Уолша *«Нет: почему детям всех возрастов нужно это слышать и как родители могут это сказать»*. Это отличное руководство по достижению баланса в воспитании детей: проявление большой любви, а также достаточное родительское руководство.

- *Не давайте ребенку слишком много власти.* Пятилетним детям не следует позволять выбирать семейную машину, кровать или даже собственную одежду. Мать на доске объявлений о дошкольниках сказала: «На самом деле я поощряю свою дочь выбирать одежду, которая ей нравится. Зимы всегда тяжелые, потому что девочке хочется носить юбки и шлепанцы круглый год». Да, дошкольникам нравится иметь право голоса в том, что они носят, и предоставление им некоторой власти может предотвратить много утренних ссор. Ключевое здесь – *некоторая* власть. Подобно ребенку, который хочет носить шлепанцы зимой, большинство маленьких детей еще не могут принимать правильные решения, если им предоставлено слишком много прав. Вместо этого лучше всего предоставить ребенку ограниченный выбор. Зимой вы можете спросить: «Ты бы хотел носить серые вельветовые брюки или черные вельветовые брюки?» Таким образом, ребенок все равно сможет выбирать, но не замерзнет.

То же самое касается еды. Если вы спросите двухлетнего ребенка, что он хочет на ужин, ответ, скорее всего, будет «печенье». Поэтому обеспечьте ограниченный выбор между несколькими здоровыми вариантами.

Аналогично, если вы спросите трехлетнего ребенка: «Ты хочешь пойти спать сейчас?» ответом чаще всего будет «нет». Но ограниченный выбор может сработать и здесь. Джин попробовала это со своей тогдашней трехлетней племянницей. «Алекс, — сказала она, — ты хочешь лечь спать сейчас или через пять минут?» Алекс подумал и сказал: «Пять минут». Через пять минут Джин сказала: «Хорошо, Алекс, прошло пять минут. Время ложиться спать.» К приятному удивлению Джин (кто знает, работает ли эта психология на самом деле?) Алекс сказал: «ОК» и без протестов пошел спать. Если бы она протестовала, ключевым моментом было бы довести дело до конца. Ребенок, который уговаривает вас сдаться и побеждает, поймёт, что он не обязан делать то, что вы говорите.

Будьте осторожны с тем, как часто вы спрашиваете маленького ребенка: «Хочешь...» Родители часто спрашивают об этом, когда у ребенка действительно нет выбора. Джин видела, как отец в аэропорту спросил трехлетнего ребенка: «Хочешь полететь на самолете?» Скорее всего, девочка собиралась сесть в самолет, хотела она того или нет. Даже когда у ребенка может быть выбор, этот вопрос твердо возлагает на него ответственность. Если вы, как родитель, решили пойти в парк, вам нужно самому оценить, есть ли у ребенка настроение вместо того, чтобы спрашивать: «Хочешь пойти в парк?» Он может не знать точно, чего хочет: предсказать, понравится ли человеку какое-либо занятие в будущем, — непростая задача даже для

большинства взрослых. Вместо этого скажите: «Мы идем в парк». Но не попадайтесь в ловушку, говоря «ОК?» или превращая утверждение в вопрос («Мы сейчас пойдем в парк, хорошо?»). Если вы обеспокоены тем, что заставляете ребенка делать что-то, чего он не хочет, не волнуйтесь — если он действительно не хочет идти, он сообщит вам об этом. Но он должен сказать это спонтанно, а не получив от вас возможность контролировать ситуацию. На этом этапе вы можете решить, следует ли соблюдать его пожелания. Если все остальные члены семьи захотят пойти, вы, вероятно, все равно пойдете. И тогда ваш ребенок поймет, что он не всегда получает то, что хочет, — не такой уж и ужасный урок. Он также узнает, что иногда необходимо идти на компромисс ради блага других, а это полезный навык в дружбе и отношениях.

Это нормально – позволять детям старшего возраста и подросткам принимать больше решений. Но убедитесь, что они не делают слишком много вариантов семейных покупок. Если они получают удовольствие от выбора, но им не приходится за него платить, у них может развиться уверенность в том, что они заслуживают того, чтобы получить все, что хотят. Когда они живут самостоятельно и выплачивают кредиты на обучение на свою крошечную стартовую зарплату, они могут быть шокированы тем, что у них больше нет ресурсов, чтобы покупать лучшее. Это нормально — узнавать мнение детей о таких вещах, как, например, куда поехать в отпуск, но окончательное решение должно оставаться за вами как родителем. У вас больше жизненного опыта, и вы знаете, что лучше для всей вашей семьи, включая ваш бюджет.

- *Внимательно обдумайте послания, которые вы даёте своим детям о соревнованиях и победах.* Да, в мире существует жестокая борьба, но обучение победе любой ценой в долгосрочной перспективе не принесет хороших результатов. Хитрецов обычно в конце концов ловят, а даже если и не ловят, они обманывают себя, не изучая материал или не делая что-то самостоятельно.

Сложнее решить, что говорить подросткам и молодым людям об отношениях парня и девушки. Соблазнительно посоветовать им сначала достичь своих карьерных целей, но правда в том, что большинство молодых людей по-прежнему будут заниматься сексом. Если они считают, что отношения их тормозят, они все равно будут заниматься сексом, но не сформируют эмоционально близких отношений. Дружба не может заменить этого — она учит эмоциональной близости, но другого рода, чем романтические отношения. Тем не менее, это правда, что многие подростки страдают от неудачных ранних отношений. В разумных пределах это может быть обучающий опыт — классическое «лучше любить и потерять, чем никогда не любить вообще» (а вместо этого — общение со всем четвертым этажом общежития).

- *Подумайте дважды, прежде чем купить своему ребенку что-то, что покажет, какой он замечательный.* Рубашка с надписью «Безнадёжно избалован» выглядит мило до тех пор, пока ребенок не сделает что-нибудь

непослушное — что, давайте посмотрим правде в глаза, для большинства детей займет около трех минут. Если вы не принц Уильям или Гарри, не одевайте свою дочь в наряд, утверждающий, что она «принцесса». Она не принцесса. Поймите это. Точно так же надевание на шею вашего ребенка нагрудника с надписью «Я босс», скорее всего, будет самоисполняющимся пророчеством. Конечно, дети меняют нашу жизнь, но не нужно заявлять, что теперь они ведут домашнее хозяйство. И, пожалуйста, не покупайте им что-то, что говорит о том, насколько *вы хороши*, например, рубашку «Моя мама секси», какую носит сын Тори Спеллинг, или рубашку «Я великолепна, и моя мама тоже». Некоторые люди возражали, утверждая, что эти рубашки «милые». Наш вопрос: почему это мило? Наша культура все больше принимает и даже поощряет нарциссическое поведение, которое выглядит «милым», пока не становится неприятным. И интервал между ними часто очень и очень короткий.

Поговорив о вещах милых, но иногда неприятных, мы далее рассмотрим самых почитаемых и почитаемых нарциссов Америки: богов и богинь, известных нам как «селебрити».

ГЛАВА 6

Суперраспространители! Знаменитости и передача нарциссизма в СМИ

Американцы знают о знаменитостях много. Мы читаем о них так много, что еженедельный журнал светской хроники является одной из немногих областей печатной журналистики, которая действительно растет. Мы смотрим о них телепередачи, такие как *Access Hollywood*, и получаем новости об их выходах через основные новостные агентства, такие как CNN и шоу *Today*. *People Mobile*, дебютировавший в 2007 году, доставляет «самые свежие новости о знаменитостях... на ваш телефон» (потому что подумайте, как было бы ужасно, если бы вы на минуту отставали от последних новостей Бритни об опеке над детьми). В 2006 году самым популярным поиском в Новостях Google была Пэрис Хилтон, и это было до того, как она попала в тюрьму. В 2007 году в тройку лидеров поиска новостей Google входили *American Idol*, YouTube и Бритни Спирс.

Несмотря на постоянный поток новостей о знаменитостях, большинство американцев не знают, какие знаменитости «на самом деле» — мы не видим их в личные моменты и не слышим их личных разговоров (хотя TMZ.com делает все возможное, чтобы это изменить). О знаменитостях не так много исследований. Мы не можем подойти к ним и попросить их заполнить личностные анкеты.

К счастью, за нас это сделал доктор Дрю Пински. Ведущий общенационального радиосhow *Loveline*, Пински загнал в угол 200 своих знаменитых гостей и дал им «Опросник нарциссической личности» — тот же опросник, который использовался почти во всех исследованиях нарциссизма. Пински и его соавтор Марк Янг обнаружили, что у знаменитостей показатель нарциссизма значительно выше, чем у среднестатистического человека. «Это как если бы вы узнали, что Либераче гей», — невозмутимо заявил соведущий Пински Адам Каролла.

Очевидно это или нет, но исследование стало первым доказательством безудержного нарциссизма среди знаменитостей. Исследование также показало, что не было никакой корреляции между нарциссизмом и продолжительностью карьеры, что позволяет предположить, что нарциссизм у знаменитостей присутствовал до того, как люди стали относиться к ним по-особенному ради известности. Янг и Пински также изучили разные типы знаменитостей, чтобы определить, кто из них наиболее самовлюбленный — актеры, комики или музыканты? Нет, это были звезды реалити-шоу. Таким образом, в программах, которые показывают реальных людей, делающих реальные вещи, а не разыгрывающих вымышленную историю по сценарию, фигурируют еще более нарциссические люди. Реалити-шоу, зачастую большинство из которых имеют самый высокий рейтинг, являются

демонстрацией нарциссизма, в результате чего материалистическое, тщеславное и антиобщественное поведение кажется нормальным.

Художественные телешоу уже оказывают большое влияние на детей и подростков, формируя их взгляды на мир. Это еще более верно в отношении реалити-шоу, где нет художественной литературы и сценария, которые могли бы помешать неразвитым умам поверить в то, что именно так все ведут себя в реальной жизни.

Звезды реалити-шоу и другие знаменитости играют важную роль в распространении нарциссизма. В эпидемиологии вирусов некоторых людей называют «суперраспространителями». Историческим прототипом суперраспространителя является Тифозная Мэри, повар, которая заразила брюшным тифом более 50 человек в период с 1900 по 1915 год. Знаменитости и средства массовой информации, в которых они доминируют, являются суперраспространителями нарциссизма. Через журналы сплетен, фильмы, рекламу и реалити-шоу американцы регулярно получают вирус нарциссизма. Как показывает исследование Пински и Янга, американцы одержимы людьми, которые одержимы собой. В этом новом мире быть нарциссом — это круто.

Конечно, не все знаменитости нарциссичны. Но, к сожалению, чаще всего мы слышим именно об этом. Нарциссы — мастера оставаться в центре внимания; они любят внимание и сделают почти все, чтобы его получить. Это также одна из немногих сфер, где нарциссизм полезен: нарциссы преуспевают в публичных выступлениях. В отличие от многих людей, которые находят чрезвычайно тревожным находиться перед толпой, нарциссам это нравится. С появлением реалити-шоу, постоянным освещением событий со знаменитостями и мгновенной известностью все больше и больше нарциссических людей распространяют свою болезнь повсюду.

Королевой нарциссических суперраспространителей знаменитостей может быть Пэрис Хилтон. В мае 2007 года Пэрис была приговорена к 45 дням тюремного заключения за то, что она водила машину с приостановленными правами после того, как ее признали виновной в вождении в нетрезвом виде. Она сразу же заявила, что это не ее вина, заявив, что ее агент не предупредил, что ей нельзя водить машину. Вскоре она встретила губернатора Калифорнии Арнольда Шварценеггером, надеясь на помилование, и сотни людей подписали петицию «Свободу Пэрис», в которой говорилось, что Пэрис не следует сажать в тюрьму, потому что «она приносит красоту и восторг [в] нашу, в остальном, обыденную жизнь». Как выразился один комментатор, «люди, написавшие петицию, не говорят, что Пэрис невинна. Они просто говорят, что хотят освободить Пэрис, потому что она великолепна». Находясь в тюрьме в июне 2007 года, Пэрис сказала: «Я получила так много писем от девушек, которые уважают меня. Это заставило меня осознать, что на мне лежит ответственность, поэтому я собираюсь быть лучшим образцом для подражания, каким только могу быть». Она говорила, что станет филантропом и изменит свой образ жизни. Месяц спустя ее сфотографировали в рубашке с

трафаретным изображением... самой себя. Если она и стала филантропом, то сохранила это в тайне. А Пэрис практически ничего не скрывает.

Линдси Лохан, которая попала в новости благодаря многочисленным поездкам в реабилитационный центр, тоже не совсем скромна. «Я оказываю огромное влияние на наше молодое поколение, а также на поколения старше меня», — написала она в письме, опубликованном в *New York Post*. Жалуясь на нелестную статью в журнале, она написала: «Я готова... использовать свой статус знаменитости, чтобы привлечь внимание прессы к реальным проблемам, с которыми мы сталкиваемся, пока говорим». Она подписала письмо: «Ваш артист». Завершает триумвират Бритни Спирс, которая, как сообщается, оказалась одинокой, потому что оттолкнула своих друзей крайним эгоцентризмом.

Исследование Пински и Янга показало, что знаменитости-женщины более нарциссичны, чем знаменитости-мужчины, что является противоположностью большинству выборок, где мужчины обычно более нарциссичны. Конечно, нарциссических знаменитостей-мужчин тоже нетрудно найти. Когда Николь Ричи была беременна его ребенком, Джоэл Мэдден выразил надежду, что родится мальчик, потому что «миру может понадобиться еще один Джоэл». (Мы надеемся, что он не был слишком разочарован тем, что вместо этого у него родилась дочь Харлоу.) Джастин Тимберлейк жаловался, что «Грэмми использовали меня для рейтингов. И посмотрите — они выросли на 18 процентов!» Прежде чем представить песню на концерте, он сказал: «Если она тебе не нравится, иди к чёрту». Одна женщина, которая встречалась с бывшим ведущим *Late Late Show Крейгом* Килборном, рассказала *Us Weekly*: «Он привёл меня к себе домой и заставил смотреть его шоу на TiVo. А потом он вытащил журналы с собой».

Один журналист написал в нашем онлайн-опросе: «Я брал интервью у сотен известных актеров и актрис за 10-летний период, и, по сути, это интервью проходило так: «Я думаю... я верю... я... Моя страсть — это... я хотелось бы думать, что то, что я делаю, меняет мир... Я... Я... Еще Я... Главный Я... я упоминал Меня? Я являюсь образцом для подражания для многих... Я, по сути, воплощение Бога. [Они], и не только мегазвезды, были настолько поглощены собой, настолько одержимы собой, что мое присутствие на интервью не было совершенно необходимым. Они выпалили свое «Я» без подсказки». Все больше американцев следят за новостями о знаменитостях. Тираж газет и традиционных женских журналов неуклонно падает, но тираж журнала о знаменитостях *Us Weekly* вырос на 10% в 2007 году (до 1,9 миллиона), а его конкурент таблоид *OK! Weekly* вырос на 23% (до 935 000).

Спорт — еще одна постоянно попадающая в заголовки газет сфера, в которой более чем достаточно нарциссов. Когда Барри Бондс побил рекорд Хэнка Аарона по 755 хоумранам за карьеру, празднование победы было приглушено из-за обвинений в употреблении Бондсом стероидов. Но даже если бы Барри и не употреблял, его слава была бы омрачена из-за высокомерного и агрессивного отношения. «Он не нравится даже товарищам по команде», —

сказал один спортивный комментатор. Лыжник Бобе Миллер, который не смог финишировать в двух дисциплинах и чуть не упал в третьей на зимних Олимпийских играх 2006 года, сказал: «Я просто сделал это по-своему. Я не мученик и не благодетель. Я просто хочу выйти и зажечь. И чувак, я здесь зажигал». Он признал, что, возможно, тренировался не так много, как следовало бы, но заявил, что у него есть веская причина: «Качество моей жизни является приоритетом. Это были потрясающие две недели. Мне удалось повеселиться и пообщаться на олимпийском уровне». Жалко, что за распитие спиртного медалей не дают.

ПОИСКИ СЛАВЫ

Слава – это еще не все, что нужно: потеря конфиденциальности и постоянный контроль могут очень быстро надоесть. Но скажите это людям, разбившимся на лагеря на пробах *American Idol*.

Все большее число американцев не только восхищаются славой издалека, но и страстно желают сами войти в круг знаменитостей. В 2006 году 51% молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет заявили, что «стать знаменитым» было важной целью их поколения — почти в пять раз больше тех, кто назвал «стать более духовным» важной целью. В опросе 2006 года британским детям предлагалось назвать «самую лучшую вещь в мире». Самым популярным ответом было «быть знаменитостью». «Красивая внешность» и «богатство» замыкают тройку лидеров, образуя совершенно нарциссический триумvirат. «Бог» оказался последним. Однажды друг Джин спросил девочку-подростка: «Кем ты хочешь стать, когда вырастешь?» «Знаменитой», — ответила она. «Чем?» — спросил пожилой человек. «Это не имеет значения, я просто хочу прославиться», — сказал подросток. Как прозорливо выразились The Counting Crows в своей песне 1993 года: «Когда я смотрю телевизор, я хочу видеть, как я смотрю на себя. Мы все хотим быть большими звездами / Но мы не знаем, почему, и мы не знаем, как».

Кендалл Майерс из Остина, штат Техас, наняла компанию Celeb 4 A Day, чтобы отправить трех «личных папарацци» следить за ней и ее друзьями на девичнике. Люди на улице начали фотографировать их на мобильные телефоны, явно думая, что она действительно знаменита. Celeb 4 A Day также предлагает мегазвездный пакет (стоимость: всего 3000 долларов в Нью-Йорке), в который входят шесть папарацци, публицист, лимузин, телохранитель и макет таблоида «знаменитости» (фальшивый *MyStar* журнал) с вашей фотографией на обложке. Фальшивый агент, как объясняет Celeb 4 A Day, «сопровождает вас на ваше мероприятие, отвечая на вопросы ваших личных папарацци, следя за тем, чтобы вы выглядели и звучали как можно лучше», а шесть фотографов будут готовы к «прибытию звезды (это вы!)». Пакет фейковых папарацци включает в себя «задавать вопросы, бороться за освещение, выкрикивать свое имя и все остальное, что вы видели по телевизору и хотите испытать сами!» Celeb 4 A Day стартовал в Остине и стал настолько успешным, что за год распространился на Нью-Йорк, Лос-Анджелес и Сан-Франциско. «Мы убеждены, что обычный человек заслуживает внимания не мень-

ше, если не больше, чем настоящие знаменитости», — отмечает сайт Celeb 4 A Day. «Вы этого заслуживаете, мы это знаем».

«Это как если бы слава стала правом», — говорит Джошуа Гамсон, профессор социологии в Университете Сан-Франциско. «Одно из прав на то, чтобы быть американцем, — это право прославиться — хотя бы на час, а может, и на день. Если тебя не спрашивают, кто ты, ты никто». Филип Баркер, который нанял личных папарацци, чтобы следить за ним и его друзьями во время ночных прогулок в Чикаго, говорит, что его группа была выдвинута в начало очереди в нескольких клубах. «Люди думали, что эти парни — важные люди», — сказал Баркер. «Знаменитости всегда жалуются на людей, преследующих их. Мы такие: «Ты шутишь?» Это наша мечта!» Недавняя статья в бортовом журнале American Airlines спрашивала: «Итак, ты хочешь прославиться?» и подробно описывала все способы, с помощью которых обычные люди могут стать «знаменитостями в одночасье». «Если вы готовы покорить мир, прислушайтесь к следующему совету, и всемирная известность будет на расстоянии одного клика», — обещала она, предлагая людям самостоятельно издавать книги, распространять собственные подкасты и загружать свои первые фильмы. на YouTube. Нет ничего плохого в том, чтобы делать что-либо из этого, но интересно, что основное внимание уделяется не творческому результату, а конечной цели славы — и не только для талантливых художников или музыкантов, но для всех, кто сидит в тесном кресле и кому достаточно скучно, чтобы начать читать бортовой журнал. Дети тоже могут тренироваться ради славы: детский сад в Атланте поощряет трехлетних детей посещать их телестудию Wee TV, которая, как они хвалятся, «формирует уверенность в себе и чувство собственного достоинства».

Для некоторых молодых людей слава — это не просто цель, а то, что они активно включили в свои планы на будущее. В 2005 году 31% американских старшеклассников заявили, что надеются когда-нибудь стать знаменитыми. Дети из малообеспеченных семей верят в эту мечту так же или даже больше, чем те, у кого больше денег; столько же детей из бедных кварталов, как и из среднего класса, уверены, что станут знаменитыми. По словам исследователя коммуникаций Даны Бойд, для «детей из рабочего класса... единственный выход — это «лотерея» (то есть стать знаменитой рок-звездой, спортсменом и т. д.). Снова и снова дети из рабочего класса говорят мне, что они поют лучше, чем кто-либо из участников *American Idol*, и именно поэтому они собираются участвовать в шоу». На вопрос, хотели бы они стать знаменитыми, или же умнее, сильнее или красивее, 42% чернокожих подростков ответили «знаменитыми», как и 21% белых подростков. Даже близость к славе привлекательна: 43% учениц средних школ заявили, что хотят стать личными помощниками знаменитостей, в два раза больше, чем выбрали «ректором такого великого университета, как Гарвард или Йель», в три раза больше, чем выбрали «американского сенатора» и в четыре раза больше, чем «руководителя такой крупной компании, как General Motors». Поэтому просто быть рядом со знаменитостью теперь считается более желательным,

чем быть государственным служащим, успешным бизнесменом или ректором университета.

Журналы и телешоу позволяют взрослым пофантазировать о том, что бы вы могли сделать и купить, если бы были достаточно знамениты. Джинсы известных брендов стали продаваемыми просто потому, что их носила нужная знаменитость. Журналы светской хроники регулярно упоминают бары и рестораны, которые сейчас популярны среди молодого Голливуда, а журналы о путешествиях показывают, как можно сделать то, что делают знаменитости, если потратить уйму денег. Недавняя обложка журнала *Spirit*, журнала *Southwest Airlines*, называлась «Знаменитый Вегас». Город снова становится популярным среди звезд, поясняет журнал: «Но зачем позволять развлекаться одним знаменитостям? Мы предоставим все, кроме свиты поклонников, чтобы вы могли увидеть город как Алистер». В нем подробно описан день таких мероприятий, как «забери свой Ferrari 360 Spider (1500 долларов в день)».

Маленькие девочки теперь могут завести знаменитого питомца. Pawparazzi мгновенно стал хитом в 2006 году благодаря своей линейке из шести маленьких плюшевых собачек и кошек, дополненных собственной шиком, журналом о знаменитостях и биографией журнала сплетен. Есть собака-кинозвезда, кот-супермодель и поп-звезда из семейства кошачьих. Идея состоит в том, что дети могут носить с собой своего знаменитого питомца, куда бы они ни пошли — так же, как это делает Пэрис Хилтон. Как поясняется на веб-сайте игрушки: «Паупарацци — домашние любимцы знаменитостей, живущие большой жизнью, полной гламура, моды и путешествий. Это актеры, музыканты, спортсмены, писатели и другие интересные личности. Их обожают фанаты, за ними следит пресса, особенно журнал *Pawparazzi*, который, кажется, всегда в курсе последних сплетен!» На веб-сайте представлена предыстория каждой звездной игрушки, дополненная ироничными отсылками к реальным средствам массовой информации и продуктам: «С самого начала Паудер была обнаружена, когда она лазила по деревьям во дворе своего дома. Ее стремительный путь к статусу супермодели начался с ее первой обложки в модном выпуске *Pounce Illustrated*. Она — кошка с обложки косметической линии *Cats Factor*». На веб-сайте также есть «Звездные фрагменты», такие как «Друзья говорят, что рок-певица Кира ждет в мае помет котят. В связи с рождением ребенка она прервет свой концертный тур «*Stalking Birds*». Кира говорит, что будет работать с личным тренером, чтобы прийти в форму после родов. «А тем временем я укладываю свою шерсть». Хотя «Паупарацци» задуманы как забавная фэнтезийная игра, ценности, которым они учат детей, пугающе нарциссичны: слава — высшая добродетель, сразу после желания хорошо выглядеть; самое лучшее в мире — вести «высокую жизнь», сосредоточенную на гламуре и моде; чтобы стать «увлекательной личностью», нужно стать знаменитым актером или музыкантом. Линия была настолько успешной, что в течение года Pawparazzi добавила шесть

новых игрушек (объявленных как «новый помет домашних животных знаменитостей»).

Миллионы людей не могут дождаться своего шанса стать нарциссическими суперраспространителями знаменитостей, и путь к нарциссизму начинается рано. Работая над своей книгой «*Любители славы*», автор Джейк Халперн посетил конференцию Международной ассоциации моделей и талантов, где дети, которые хотят, чтобы их «открыли», платят 3000 долларов и выше за привилегию возможной встречи с агентами и директорами по кастингу. Что больше всего он заметил в детях, которых встретил на съезде, пишет Халперн, «так это их очевидное чувство уверенности в своём праве». Это особенно верно в отношении ребенка, которого Халперн называет Ариэлем Баракком, одного из немногих обслуживающего персонала, получившего некоторое признание от агентов и даже названного «Лучшим актером года среди детей-подростков». Ариэль и его отец жили в Лос-Анджелесе, в то время как остальные члены его семьи были в Вирджинии, и для отца Ариэля это было трудное время. «Это очень трудно. Я скучаю по своему району, своей семье и даже по своему противному псу. По сути, я стараюсь полностью отключить свои эмоции и становлюсь солдатом, выполняющим долг перед своим сыном», — сказал он. Услышав это, Ариэль вскочил на ноги, указал на отца и закричал: «Упал, отжался!» Как отмечает Халперн: «Хотя он еще не получил большую роль, Ариэль Барак уже был звездой в своем сознании».

И это помогает: нарциссы добиваются большего успеха, чем другие люди, когда находятся в центре внимания публичных соревнований, поэтому нарциссизм *полезен* в таких узких обстоятельствах, например, при прослушивании на роль. В шоу-бизнесе — по крайней мере, когда дело доходит до участия в реалити-шоу — выгодно быть нарциссическим. Конечно, 99% или более людей не будут зарабатывать на жизнь актерами или артистами, но, учитывая, что половина молодых людей говорит, что стать знаменитым — это важная цель, гораздо больше людей стремятся к этим мечтам. А многие из остальных читают журналы о знаменитостях, слушают *Entertainment Tonight* или ищут в Интернете новости о своей любимой звездочке — звездочке, которая, вероятно, куда более влюблена в себя, чем обычная девушка с улицы. Возможно, именно поэтому американская культура считает нарциссизм приемлемым и даже похвальным: это черта, в изобилии демонстрируемая современным эквивалентом королевской семьи — королевской славы, к которой так многие стремятся прийти.

СУПЕРРАСПРОСТРАНЕНИЕ ПОП-КУЛЬТУРЫ И КАК ОНА ПРОПАДАЕТ В ВАШ ДОМ

На загородной кухне мальчик-подросток разговаривает с матерью своего друга. «Итак... Мисс. Келли, как дела? Все хорошо? он спрашивает. «Да, спасибо», — отвечает она. «Должно быть, вам одиноко теперь, когда мистер К. ушел», — говорит он, оценивающе изучая ее, когда она вопросительно оглядывается на него. «Я действительно хорошая компания, — говорит он с ухмылкой. Затем сцена переходит к подростку, одобрительно кивающему себе в зеркало, со слоганом «Клеарасил. Может вызвать уверенность».

В другой рекламе Clearasil девочка-подросток выглядит скучающей, когда ее мать показывает ей на свидании фотографии своего ребенка. «Вот ее первый зуб... И ой, вот она голая в ванне», — нараспев говорит мама. Девушка поднимает глаза с двусмысленной ухмылкой. «Ты должен увидеть меня СЕЙЧАС», — говорит она страстно. «Нет», — протестует мама. «О да», — с напором отвечает девушка. После слогана об уверенности она тоже кивает себе в зеркало.

Слоган на самом деле должен был быть «*Может вызвать чрезмерную самоуверенность*» — или, на самом деле, нарциссизм — учитывая нулевой шанс мальчика добиться успеха с мамой своего друга (или хотя бы быть снова приглашенным в этот дом) и вероятные проблемы у девочки (возможно, до тех пор, пока ей не исполнится 35 лет). Это также показывает, чем хороша «уверенность», по крайней мере, в этих изображениях — она помогает 15-летним подросткам в их стремлении к случайному сексу (что интересно, так и происходит: у нарциссических людей больше сексуальных партнеров, чем у тех, у кого не так высоко развито самолюбование).

Хотя эта реклама задумана как забавная и не реалистичная, она формирует картину реальности для подростков, которые все еще изучают социальные роли и сексуальность. Молодые люди, комментировавшие рекламный ролик на YouTube, идентифицировали себя с персонажами и относились к ним так, как если бы они были реальными людьми. В нескольких мужских комментариях подробно описывалось, что они хотели сделать с девушкой («Я бы вдул»; «Я бы постучал по ней»; «Я бы побил») и хотели бы, чтобы они были бойфрендами девушки в рекламе («Боже мой, эта девушка хороша! Я бы хотел увидеть ее обнаженной, и мне бы хотелось быть этим ребенком»; «Черт! Эта сучка хороша!... парень счастливчик »). Один парень с ником «РоорРоорFart » (значит, вероятно, мальчик 13 лет или младше) написал: «ЭТО ДЕРЬМО ГОРЯЧЕЕ. ФАП ФАП ФАП ФАП ». (*Fap* на сленге, основанном на сходстве звука, означает мастурбацию. Да, нам пришлось это поискать, и да, мы знаем: фуууу.) Пожилых людей и родителей реклама не забавляла. Эти ролики «ужасны, отвратительны и вызвали у меня холодок по спине», — сказал Майк Галанос в программе «Headline News» CNN, отметив, что «реклама хуже, чем шоу: реклама — это ловушка». Я даже не знаю, что там идет, а после придется говорить с моим 12-летним ребенком».

В одном из постов на YouTube с сарказмом отмечается: «Отличные моральные ценности...». Его комментарий сразу же получил оценку -5 от других пользователей. Многие из молодых комментаторов не понимали, почему кого-то задела эта реклама. «Что ты имеешь в виду? Я думаю, что в этой рекламе нет ничего морального или аморального»; «Если вас или ваших детей это обижает, переезжайте на Ближний Восток. Секс не является чем-то плохим даже среди подростков»; «Для всех вас, неудачников, которые говорят: «Ну, я не думаю, что это очень уместно, бла-бла-бла»... заткнитесь уже... глупые взрослые педики ». Эти молодые люди не видели ничего плохого в том, чтобы подростковая сексуальность выражалась перед родителями-

ми – или даже *перед* чьим-то другим родителем. Это уверенность, казалось, говорили они, и единственное, что более важно, — это выглядеть сексуально.

В рекламе универмага Kohl's изображена группа, поющая песню «Потому что я потрясающий». Поскольку в рекламе одежда участников группы меняется примерно каждую секунду, певец заявляет: «Я лидер, я победитель» и «Ты мне не нужен, и я побью тебя, потому что я потрясающий». Остальная часть песни включает такие слова, как «Собираюсь заработать много денег и купить автозагар». Для тех, кто ведет счет со списком нарциссических черт: интерес к лидерству и власти — есть; конкурентоспособность — есть; сказать, что тебе не нужны другие люди — есть; завышенное представление о себе — есть; материализм — есть; и тщеславие — есть. Психолог не смог бы написать более нарциссическую песню. По словам автора YouTube, который работает в магазине Kohl's, «эта песня звучит в магазине раз в час». Поклонники песни приняли послание песни близко к сердцу. GuitarHero22, разместивший текст песни на веб-сайте, прокомментировал: «Это я загрузил этот текст! В Metro их не было до того, как я их выставил. Да, я!»

Маркетинг и реклама в целом обнаружили тенденцию к самолюбованию несколько лет назад и помогли ей разрастись еще больше. С 2001 по 2006 год армия США, помимо всего прочего, набирала солдат под лозунгом «Армия Одного». Слоган Time Warner Cable — «Сила Тебя». Вы можете создать собственную обувь в магазине Nike Store, выбрать мелодию звонка для телефона и микшировать собственную музыку для iPod. (Это не может быть совпадением, что я в iPod и iMac может означать первое лицо единственного числа. «i» = «Я».) Распространенным рекламным слоганом является фраза «Вы заслуживаете лучшего». Как Шива Вайдхьянатан написал на сайте msnbc.com в декабре 2006 года: «Обратите внимание, что Time определил Человека года как «Вы». Это должно звучать знакомо. Почти каждая крупная маркетинговая кампания в наши дни направлена на то, чтобы вдохновлять «вас»».

В перерывах между рекламными роликами многие телешоу изображают нарциссизм как нормальное, приемлемое поведение. Реалити-шоу — это процесс самостоятельного выбора: нарциссы настолько любят всеобщее внимание, что ищут его, пробуя участвовать в этих шоу. У них больше шансов попасть в число кандидатов из-за их раздутого самомнения, и они остаются, потому что любят публичность. Большинство реалити-шоу представляют собой конкурсы пения и танцев. Те, кто занимается социальными и деловыми проблемами, не всегда называют нарциссов победителями, но неприятный нарциссический персонаж часто запоминается больше всего (например, Омароса в первом сезоне «Ученика», Джерри во втором сезоне «Выжившего» или Пак из «Реального мира: Сан-Франциско»).

Одной из наиболее распространенных черт, проявляемых в реалити-шоу, является чрезмерная самоуверенность в сочетании с агрессивной конкуренцией. В одном из эпизодов восьмого цикла шоу «Топ-модель по-

американски» Рене говорит: «У меня это было сразу. Это было мое первое впечатление от других девушек. Я просто не чувствую, что у них есть такие же характер и решимость, как у меня. Я хочу, чтобы эти девочки знали: если они встанут у меня на пути, я их раздавлю. Никаких пленных. Через несколько минут Сара утверждает, что она лучшая: «Ни одна из этих девушек не может похвастаться тем, что есть у меня. Я бессердечна. Когда я чего-то хочу, я иду и получаю это. В этом вся моя личность». Наташа говорит: «Эти девушки действительно мужиковаты, и их здесь просто не должно быть. Почему они здесь? Но мне все равно. Для меня нет конкурентов, потому что я могу победить их всех». Кэтлин говорит: «Конечно, я выиграю это соревнование. Я не та девушка, которая сдается». Хотя иметь уверенность в себе — это здорово, такое чрезмерное самораздувание в сочетании с унижением других учит нарциссическому мировоззрению. И ни один из этих участников не выиграл.

Пожалуй, самым вопиющим примером нарциссизма реалити-шоу является реалити-шоу MTV «*My Super Sweet 16*», в котором богатые подростки планируют свои экстравагантные вечеринки по случаю 16-летия. В каждом эпизоде представлены почти все грани нарциссизма: материализм, чрезмерная конкуренция, одержимость внешностью, стремление к славе, манипулятивность. Отец одной девочки нанимает режиссера, чтобы тот снял его дочь, разыгрывающую сцены из фильмов (она, конечно, не Мерил Стрип). Некоторые девушки в этих шоу приказывают своим друзьям сменить прическу, макияж, ногти или даже парня, чтобы они произвели лучшее впечатление на важной вечеринке. Один сказал: «Если мне не понравится то, что на них надето, я лично поведу их выбирать другое платье. Если я не одобрю их сопровождение, я выберу для них кого-нибудь. Меня не волнует, оскорбит ли их моя критика, потому что это моя вечеринка. У моих друзей очень плохие линии загара, и им нужно их исправить перед вечеринкой. Это моя вечеринка, и я хочу, чтобы все шло по-моему». Позже, во время своего торжественного появления, она говорит: «Мне нравится, когда все смотрят на меня. Это потрясающе — я чувствую себя знаменитостью».

Как пишет обозреватель *Time* Ана Мари Кокс: «Их яркие выходы — это не празднование достижений; это праздник самого себя.... На самом деле каждый почетный гость хочет только одного: «Я чувствую себя знаменитым». Мне это нравится», — говорит один.... Вместо того, чтобы влиться в приличное общество, как делали дебютантки прошлого, дети радостно разрывают социальные навыки, отталкивая друзей и жертвуя тактом». Взрослым, которых от шоу не тошнит, оно может показаться забавным. Однако многие подростки считают, что это действительно здорово, когда дети получают все, что хотят. Если они вообще испытывают негативную эмоцию, то это ревность. Когда Присцилла получает машину за 100 000 долларов, ее друзья говорят что-то вроде: «Я хочу эту машину» и «Несправедливо». По крайней мере, в тех частях, которые показывают на MTV, никто не комментирует, что лучше было бы потратить деньги на образование или благотворительность в отношении других (например,

потратить на машину «всего» 50 000 долларов, и вы сможете прокормить всю семью в течение года). Присцилла отмечает, насколько дороге подарок, но, похоже, считает это захватывающим: «Я поражена тем, что буду водить машину, которая дороже, чем дома многих людей». Это также способ выиграть соревнование с другой девушкой: «Моя машина намного круче, чем машина Никки», — говорит она. И очевидно, что это важнее, чем помощь кому-то.

Ранее в этом эпизоде Присцилла примеряет платье для вечеринки и говорит: «Все будут мне завидовать, когда я надену это платье, потому что я так хорошо выгляжу». Мать предупреждает ее: «Ты сейчас ведешь себя так тщеславно». Присцилла отвечает: «У меня есть причина, верно?» Хип-хоп песня, которую Присцилла явно слышала, а затем играет — песня, которая могла бы стать темой нарциссизма: «Я такой выдающийся /... Плевать, если они меня не вынесут. Я тщеславен, у меня есть причина. В следующей сцене Присцилла «прослушивает» молодых людей в качестве своего эскорта, прося каждого «поднять рубашку, чтобы мы могли увидеть ваш пресс». Она решает выбрать двух сопровождающих вместо одного, потому что, как она замечает подруге: «Разве не было бы хорошо, если бы было два парня — по одному с каждой стороны?»

Даже почти социопатический нарциссизм чувствует себя как дома в *My Super Sweet 16*. Подросток из Атланты Эллисон говорит организатору вечеринок, что хочет перекрыть часть Пичтри-стрит, чтобы можно было устроить парад в честь «моего торжественного входа». Пичтри — главная улица, напоминает ей планировщик. Она отвечает: «My Sweet 16 важнее, чем то, куда они все идут». «Но через дорогу находится больница,» — предупреждает организатор, — что, если машина скорой помощи не сможет доехать до больницы? «Они могут подождать одну секунду. «Или могут просто объехать», — бесцеремонно говорит она. Мать Эллисон просто спокойно слушает. Когда организатор наконец в раздражении оборачивается к ней, она говорит: «Если Эллисон этого хочет, пусть так и будет». Неважно, что в машине скорой помощи может умирать человек.

НИКОГДА НЕ РАНО ДЛЯ НАРЦИССИЗМА

Шоу для детей младшего возраста активно поощряют нарциссизм другим, не менее эффективным способом. В одном из шоу PBS говорится: «Ты особенный просто потому, что ты есть!» Анимационный фильм для детей дошкольного возраста под названием «Неженка-утёнок», рассказанный Шэрон Стоун и написанный Харви Фирштейном, был призван научить детей тому, что быть разными — это нормально. Но, как это случается слишком часто, позитивное индивидуалистическое послание заходит слишком далеко и попадает прямо в мир нарциссизма. «Я так горяч, разве ты не видишь?» поет Элмер, главный герой. «Я уникальный и совершенный я».

Очень молодые девушки сейчас смотрят телешоу, такие как «Ханна Монтана» и «Классный мюзикл». Несмотря на то, что эти шоу посвящены подросткам, их самыми большими поклонниками являются дети начальной школы и даже дошкольники в возрасте от трех лет. Девочки теперь

знакомятся с культурой «tween» («подростков») (этот ярлык применяется к возрасту от девяти до двенадцати лет) в четыре года, избегая «*Улицы Сезам*» и «*Доры-исследовательницы*» в пользу «*Ханны Монтаны*», «*Сюиты из жизни Зака и Коди*» и других шоу для подростков. Хотя эти шоу свободны от неуместной сексуальности и грубой лексики, они, к сожалению, не свободны от нарциссических настроений. «Выезжайте на лимузине», — поет Ханна Монтана в музыкальной теме шоу. «Да, когда ты знаменит, это может быть довольно весело». Затем она продолжает петь о том, как ходит на премьеры фильмов, покупает много обуви и появляется в журналах. «Ханна Монтана» привлекает больше зрителей в возрасте от шести до четырнадцати лет, чем любое другое шоу на кабельном телевидении: ее смотрят 164 миллиона зрителей по всему миру.

Девочки наряжаются, как Ханна Монтана, на вечеринках с преображением (makeover), подобных тем, которые проходят в Club Libby Lu, сети торговых центров, где они проводятся для девочек в возрасте от шести до одиннадцати лет. Девушки подражают своему кумиру, надевая светлые парики и концертные костюмы. (Некоторые девушки даже публикуют на YouTube видеоролики, в которых они изображают Ханну Монтану.) Они также могут самостоятельно смешивать блеск для губ и лосьоны для кожи. На веб-сайте предлагается: «Возьмите свое творение Sparkle Spa домой и насладитесь расслабляющим вечером, побаловав себя, или устройте веселую спа-вечеринку для всех своих друзей. Посетите нашу VIP-зону, чтобы получить идеи для супер-спа-вечеринок». (VIP означает «Очень важная принцесса», программа для постоянных посетителей сети.) В 2007 году Club Libby Lu провел около миллиона обновлений в своих 90 магазинах по всей стране, несмотря на иронию масок для лица на коже, которой всего 6 лет (как сказал один из организаторов такой вечеринки: «Иногда мне хочется спросить: «Преображение чего?») Sweet & Sassy, техасский салон для девочек, предлагает пакет услуг, в рамках которого девушку забирает у дверей розовый лимузин. Некоторые девочки ходят в салоны для взрослых и делают маникюр и педикюр — в семь лет, иногда на вечеринку по случаю дня рождения. Учащиеся от первого до третьего класса также чаще наносят макияж: в опросе 2007 года 55% девочек в возрасте от шести до девяти лет заявили, что используют блеск для губ или помаду, а 65% заявили, что используют лак для ногтей. Косметические компании теперь называют эту возрастную группу «стартовым рынком». «Мы живем в культуре инста-знаменитостей», — сказала руководитель отдела маркетинга Саманта Скей. «Наши маленькие девочки теперь растут, думая, что им нужно быть готовыми к съемке крупным планом, когда придут папарацци».

Развлечения для мальчиков не многим лучше. В августе 2007 года шоу номер один, которое смотрели дети в возрасте от двух до одиннадцати лет, было *SmackDown on World Wrestling Entertainment*. Это достаточно тревожно, учитывая насилие и агрессию, продемонстрированные в этой программе (мультяшной для взрослых, но реалистичной для младшей группы этой возрастной группы), где агрессия делается для шоу с примесью

тщеславия, эксгибиционизма и грандиозности. В остальную десятку лучших программ для этой возрастной группы вошли две серии «Гриффинов» (мультфильм, но с неизменно взрослыми темами), три серии мексиканских теленовелл (мыльных опер, известных короткими юбками и яркими сюжетами) и четыре реалити-шоу, такие как «*Так ты думаешь, что умеешь танцевать?*»

Даже если дети смотрят информативные программы для взрослых, например новости, акцент на нарциссизме и знаменитостях в них совершенно очевиден. Как отметил Джейк Халперн в книге «*Fame Junkies*», три сетевые новостные программы потратили больше времени на судебный процесс по делу Майкла Джексона о сексуальных домогательствах в 2005 году, чем на конфликт в Дарфуре. Самые просматриваемые статьи на cnn.com — приблизительный показатель того, что люди находят интересным в новостях — регулярно возглавляются статьями о знаменитостях.

Дети учатся нарциссизму даже во время чтения. Названия книжных серий говорят сами за себя: «А-список», «Итальянка», «Сплетница», «Позер», «Клика». Теперь телешоу «Сплетница» фокусируется на подвигах группы сверхбогатых, а иногда и сверхподлых старшеклассников Нью-Йорка. *The Clique* даже не ждет так долго: первая книга серии начинается в августе перед седьмым классом, когда группа девочек готовится, отправляясь в спа-салон, чтобы получить автозагар и коррекцию бровей воском. Им 12. Позже они носят трехдюймовые каблуки, покупают рубашки за 780 долларов, постоянно пишат друг другу сообщения и носят сумки Prada, исключая при этом тех, кто не так крут, как они. Читатели *The Clique*, состоящие из девочек от семи до двенадцати лет, теперь считают нормальным (или, по крайней мере, желательным) заниматься такими очень взрослыми делами. Поппи, издатель серии, говорит, что она «берёт реальный мир и делает его немного смешнее, немного сказочнее». И гораздо более нарциссичнее.

Молодежные романы не всегда были такими. Джин прочитала их множество в 1980-х годах — тогда романы для этой возрастной группы были сосредоточены на надоедливых младших братьях и сестрах («Сказки о четверокласснике») или о начале пубертата и менструации («Ты здесь, Боже? Это я, Маргарет»). Одна серия («Песня Дайси») была о бездомной семье. Также были популярны книги о молодых людях и их лошадях, например, серия «Черный жеребец». В этих книгах подчеркивались универсальные темы, такие как семья, неловкость подросткового возраста, правильное решение конфликтов и проблем, забота о других и дружеское соревнование. К счастью, некоторые недавние книги продолжили эту традицию в детской литературе, в первую очередь серия о Гарри Поттере, в которой основное внимание уделяется мужеству, командной работе и дружбе.

Не вся подростковая поп-культура столь безжалостно нарциссична. В популярном телефильме «Классный мюзикл», премьера которого состоялась в 2006 году и который породил два продолжения, показаны подростки, которые учатся командной работе и доброте. Воодушевляющий финальный номер, радостно исполняемый после того, как баскетбольная и академическая команды

одержали победу над своими соперниками, называется «Мы все в этом вместе». Однако если копнуть немного глубже, то окажется, что фильм идеально вписывается в остальную часть нашей эгоцентричной культуры. Финальная песня продолжает: «Мы все звезды... каждый по-своему особенный». Никакая объединяющая причина или действие не упоминается, поэтому неясно, к чему именно «это» относится в «Мы все в этом вместе», кроме «старшей школы», «неловкого подросткового возраста» или, может быть, «поступления в колледж». Это просто продолжение идеи движения за самоуважение, согласно которой мы все победители и все мы особенные. Сюжет фильма вращается вокруг не совсем скромной темы о том, что можно быть чрезвычайно талантливым в двух вещах, а не только в одной (баскетболист готовит отвратительный крем-брюле; умная девушка еще и талантливая певица).

Высоко оцененный сиквел фильма 2007 года «Классный мюзикл 2» содержал столь же неоднозначные послания. На первый взгляд, фильм представляет собой критику нарциссизма: его злодейка Шарпей Эванс — избалованная богатая девушка, которая носит с собой маленькую собачку в стиле Пэрис Хилтон, любит выступать на сцене и заявляет, что хочет только «потрясающих» вещей и будет «рваться наверх». Хотя подростки понимают, что Шарпей — это пример того, как не надо поступать, это пролетает мимо ушей многих детей в возрасте от трех до семи лет, которые тоже смотрят и вместо этого думают, что Шарпей великолепна. Трой, герой фильма, явно находится в состоянии самолюбования: «Все ответы внутри меня / Все, что мне нужно делать, это верить», — поет он. Большинство американцев не сочли бы послы о самолюбовании и командной работе противоречивыми; в конце концов, одно из наших основных культурных убеждений заключается в том, что вы должны полюбить себя, прежде чем сможете полюбить кого-то другого. Однако, когда это самолюбование становится нарциссизмом и исключительностью, отношения страдают. Таким образом, даже в таких шоу, как «Классный мюзикл», которые, по-видимому, пропагандируют командную работу, акцент на нарциссическом «я» проявляется.

ЛЕЧЕНИЕ ОТ ЭПИДЕМИИ

Американская одержимость знаменитостями, вероятно, никуда не денется, как и нарциссизм знаменитостей. *Us Weekly* собирается продолжать продавать миллионы копий (в том числе Джин, которая раньше покупала его в продуктовом магазине, но теперь имеет подписку: правда, для исследований). Тем не менее, стоит приложить усилия, чтобы свести к минимуму вредное влияние нарциссизма знаменитостей и средств массовой информации на общество.

Начать стоит с родителей, которые могут сыграть большую роль в изменении того, что дети и подростки считают нормальным. Защитите их от таких шоу, как *My Super Sweet 16*, демонстрирующих нарциссизм. Если они смотрят, помогите им понять, что такое поведение является прискорбным, а не нормальным. Вы можете провести аналогичный разговор со своими детьми, когда смотрите такие шоу, как «Американский идол» или «Топ-модель по-американски», помогая им понять, что чрезмерная самоуверенность не по-

могает людям добиться успеха – даже в этих сферах. Поговорите с ними о работе для взрослых и о том, что за высокомерие и грубость вас могут уволить или, по крайней мере, не повысить по службе. Кит регулярно использует пример нарциссического персонажа Лондона из диснеевского шоу «Жизнь Зака и Коди», когда он говорит со своей дочерью о том, что он избалован. Из этих разговоров родители могут многое узнать о точке зрения ребенка. Часто родители видят проблемы с нарциссическими персонажами в сериале, но дети идентифицируют себя с этими персонажами, потому что они уверены в себе, экстравертивны и «резки». (Одна трехлетняя девочка сказала, что ей нравится Шарпей, нарциссический персонаж из «Классного мюзикла», потому что «она красивая».) Родитель может помочь ребенку увидеть, что эгоцентричное поведение не окупается.

Мы также надеемся, что писатели и продюсеры поймут, что чрезмерное самолюбование не похвально, но опасно. Вам не нужно поощрять детей чувствовать себя особенными и заявлять, что они горячи. Вам не нужно убеждать мальчиков-подростков, что они должны быть достаточно уверенными в себе, чтобы приставать к маме своего друга. Авторы песен, когда вы убеждаете нас, что тщеславие — это нормально, потому что у вас «есть причина», осознайте, что вы учите нарциссизму. И если вы хотите написать что-то хорошее, например, о важности командной работы, не обязательно мутить воду, включая посыл с восхищением самим собой или говоря детям, что они все особенные. Американская культура одержима идеей донести идею о том, что мы все разные и уникальные. Почему бы вместо этого не подчеркнуть, что делает нас всех *похожими* людьми? Это послание пропагандирует положительную сторону индивидуализма: терпимость ко всем людям, независимо от расы, пола, сексуальной ориентации или происхождения.

Одним из лучших контрпримеров эпидемии нарциссизма в средствах массовой информации является «Гарри Поттер», одна из самых кассовых серий книг и фильмов за всю историю, которой удалось вообще обойтись без самолюбования. Вместо этого он фокусируется на классических темах любви, семьи, мужества и крепкой дружбы (сохраняя при этом нарциссизм среди плохих парней, которым он по праву и принадлежит, вроде самовлюбленного и не крутого Гилдероя Локхарта и эгоистичного и злого Лорда Волан-де-Морта). Больше всего на свете Гарри хочет быть нормальным; он предпочел бы не выделяться так, как он это делает. Серия «Властелин колец» подчеркивает схожие ценности. Очевидно, что можно получить превосходные результаты, не прибегая к самолюбованию и чрезмерному индивидуализму.

Знаменитости, мы знаем, что вы потрясающие, и любим вас за это. Но вам не обязательно носить футболку с вашей фотографией, и мы не будем против вашей саморекламы, если вы не будете вести себя как придурок. Возьмите урок у Джорджа Клуни, которого журнал *Time* называет «Последней кинозвездой» — парня, который смеется над собой («Прежде чем меня

успели убить в «*Бэтмене и Робине*», я сказал: «Это плохой фильм, и я — самое худшее в нем»), ест недоваренную баранину в доме репортера *Time* Джоэла Стайна и даже пытается помочь Стейну, определив источник загадочного звукового сигнала (после обширных поисков, включая чердак, он обнаруживает, что это сигнализация угарного газа: « Либо ему нужна батарейка, либо нам осталось жить шесть секунд»). Он отказывается от сумки SWAG, отмечая, что «богатые и знаменитые, еще и получающие какое-то дерьмо бесплатно, выглядят плохо. Ты выглядишь жадным. И мне не нужен сотовый телефон с блестками». Клуни умен, он хороший исполнитель и определенно уверен в себе, но ему каким-то образом удалось избежать явно-го нарциссизма, свойственного многим известным людям. В результате люди любят его, и он даже более успешен, чем был бы, если бы был придурком. Как и Том Хэнкс до него — еще одна кинозвезда с репутацией хорошего парня — Клуни показывает, что успех, даже в Голливуде, не обязательно означает быть чрезмерно конкурентоспособным, эгоцентричным нарциссом.

ГЛАВА 7

Посмотри на меня на MySpace. *Web 2.0 и запрос внимания*

Дженнифер — вежливый, тихий подросток, близкий со своими родителями и активный член церкви. Но, как отмечает Кэндис Келси в *Generation MySpace*, страница Дженнифер на MySpace рисует совершенно иную картину. «Соси это, Хо!» читает заголовок. В своей биографии она предупреждает «всех вас, сучек», чтобы они не беспокоили ее, потому что она знает «много крутых [парней], да!» Фоном обоев страницы является фотография певицы Бейонсе с выпуклым декольте. Другая студентка, которой всего 14 лет, использует в качестве обоев розовый блестящий фон с символом кролика Playboy. На ее странице есть ее фотография в платье с глубоким вырезом и несколько фотографий моделей Victoria's Secret, все из которых посвящены песне «Give It Up to Me». Один мальчик написал на ее странице: «Я очень хочу, чтобы ты пришла [на вечеринку]! у тебя есть сиськи, и ты умеешь ими пользоваться!»

Интернет после 2004 года — сайты, ориентированные на пользователей, которые некоторые называют Web 2.0 — стал новым Диким Западом. Вместо того, чтобы вознаграждать стрельбу, он вознаграждает нарциссизм. Веб 2.0 и культурный нарциссизм работают как петля обратной связи: нарциссические люди ищут способы продвижения себя в Интернете, а те же самые веб-сайты поощряют нарциссизм даже среди самых скромных людей. Название «MySpace» не случайно. Слоган YouTube — «Транслируй Себя». Название «Facebook» вполне подходящее, с его нюансами, предполагающими «видеть» и «быть увиденным», и, желательно выглядеть как можно более привлекательным. В декабре 2006 года журнал *Time* официально назвал «Вас» — да, именно вас — человеком года за продвижение Web 2.0. Итак: основатели Google, LonelyGirl15, чокнутые ребята с Mentos и Diet Coke, и вы несете ответственность за успех Интернета. К обложке прилагалось зеркало, позволяющее смотреть на себя и думать о том, как важно было написать в блоге о своем паршивом дне на работе и купить винтажную футболку на eBay. «Что ж, спасибо, *Time*, за то, что ты разрекламировал меня, переоценил меня, использовал меня, чтобы продать мне мой имидж обратно, профилировал меня, льстил мне и не платил мне», — написал Шива Вайдхьянатан в комментарии msnbc.com. «Как только я увидел себя в местном газетном киоске, мне пришлось купить экземпляр *Time*».

Имена интернет-доменов, начинающиеся с *my*, увеличились почти в три раза в период с 2005 по 2008 год, а количество заявок на товарные знаки, в которых *my* увеличилось в пять раз за десять лет с 1998 по 2008 год. MySpace является наиболее ярким примером, но есть также *myspace*, *My.Subaru*, *My IBM*, *myAOL*, *My Yahoo* и *My Times* (индивидуальная версия *New York Times*). *Myfuture.com*, принадлежащий Министерству обороны США, призывает молодых людей идти на военную службу. *Mysokerewards.com*, один

из самых прибыльных сегментов компании, предлагает новый контент и награды, основанные «на том, что вы создали». Используя *мой* создается впечатление, что компанию интересует ваше личное мнение — как и многое в нашей культуре, все дело во мне.

В своей поучительной книге «*Поколение MySpace*» учительница средней школы Кэндис Келси перечисляет четыре сообщения, которые молодые люди получают из социальных сетей, таких как MySpace и Facebook:

1. Меня все время нужно развлекать
2. Если у вас это есть, выставляйте это напоказ
3. Успех означает быть потребителем
4. Счастье — это гламурный взрослый (взрослость определяется прежде всего с точки зрения сексуальности)

Все эти сообщения соответствуют растущей культуре нарциссизма с его безудержным материализмом, агрессией по отношению к другим, тщеславием, поверхностной сексуальностью и бешеным стремлением к вниманию и славе. Некоторые страницы MySpace и Facebook содержат, казалось бы, бесконечный список лайков, антипатий, мнений и т. д. в разделе с удобным названием «Обо мне». На первой странице MySpace, которую увидела Джин, было изображение, на котором большими черными и красными буквами было написано: «Я ♥ Я». Веб-предприниматель Эндрю Кин утверждает, что «MySpace порождает культурный нарциссизм среди нашей молодежи», и даже некоторые молодые люди с этим согласны. «Конечно, наше поколение кажется более замкнутым в себе, чем когда-либо прежде, но это с более старой (и сторонней) точки зрения», — писал студент Мичиганского университета в 2008 году. «Предыдущим поколениям не были предоставлены те же инструменты, что и нам. Нас нельзя винить в том, что мы выросли в то время, когда средства массовой информации (MySpace, Facebook, блоги) были созданы специально для того, чтобы мы могли говорить о себе».

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ДЛЯ НАРЦИССОВ

Многие люди используют такие сайты, как MySpace и Facebook, чтобы сэкономить время, чтобы поддерживать связь со своими друзьями. Это позволяет им иметь собственную личную веб-страницу с фотографиями, приглашениями на вечеринки и ежедневными обновлениями из их жизни. Это явно не так уж и плохо. Менее позитивным, однако, является значительное число людей, которые, очевидно, используют MySpace и Facebook, чтобы привлечь как можно больше внимания, надевая как можно меньше одежды. Учитывая количество выставленной молодой плоти, не удивительно, что сайты получили плохую репутацию из-за привлечения сексуальных хищников, несмотря на редкость такого явления (подростки умеют замечать хищников и редко «дружат» с ними). Но это не мешает им демонстрировать свое тело сверстникам, чтобы привлечь внимание. «Любой подросток, который утверждает, что он на MySpace, чтобы поговорить

со своими друзьями, — лжец. Речь идет только о показухе», — говорит 13-летний Джек в *Generation MySpace*. «Я постоянно рассказываю о том, кто я есть», — рассказал *USA Today* 22-летний Индиго Раэль. «Интернет — это для меня просто способ рассказать большому количеству людей о том, кем я являюсь».

«Есть ли нарциссизм [на Facebook]?» — спросила студентка колледжа Кейтлин Мюллер в колонке в *Stanford Daily* в 2008 году. «Да, хм! Подобно этому вечно обманывающему заколдованному водоему из греческого мифа, профиль в Facebook может стать бездной самолюбия, которая полностью поглощает человека... Даже самые социально компетентные из нас с удовольствием фотографируют свои социальные успехи, а бедные, менее одаренные люди могут, по крайней мере, побыть свидетелями нашего веселья. Facebook оказывается идеальной площадкой для такой демонстрации. («Кейтлин совершенно измотана после выходных — более замечательных, чем те, что у вас когда-либо были»). Однако, пишет она, большинство людей по-прежнему больше заинтересованы в том, чтобы «следить за профилями других, чем наводить порядок в своих собственных». Студенты хотят знать, «кто на какой вечеринке в пьяном виде разделся и кто незаслуженно получил какую шикарную новую работу, и мы предпочитаем доказательства, дополненные фотографиями и ссылками». Facebook — невероятно эффективная машина для таких открытий». Другими словами, Facebook позволяет вам стать одержимыми и нарциссизмом других людей.

Социальные сети пользуются огромной популярностью. В 2006 году MySpace был самым посещаемым сайтом в Интернете: его посещали 90 миллионов пользователей в месяц. К 2008 году сайт насчитывал 300 миллионов участников. Facebook, который начинался как сайт только для студентов, а затем открыл свои двери для широкой публики в 2006 году, к сентябрю 2008 года насчитывал 100 миллионов участников.

Нарциссы процветают в социальных сетях, таких как MySpace и Facebook. Структура сайтов вознаграждает такие навыки нарцисса, как самореклама, выбор лестных фотографий и наличие как можно большего количества друзей. Лаура Буффарди, аспирантка, работающая с Китаем, провела одно из первых исследований нарциссизма и поведения в социальной сети Facebook. Она обнаружила, что студенты колледжей, получившие высокие баллы по нарциссизму, прекрасно умеют рекламировать себя, собирать друзей на сайте и подчеркивать свои лучшие качества. Когда это исследование было опубликовано в октябре 2008 года, некоторые блогеры отреагировали такими заголовками, как «Facebook — убежище для нарциссов, говорят психологи, специализирующиеся на очевидном» и «Сегодняшняя передовая статья в журнале «Дух»: профили Facebook можно использовать для выявления нарциссизма». Очевидно, пользователи Facebook заметили более солипсистские тенденции других пользователей. Но если очевидно, что сайты социальных сетей излучают нарциссизм, это не сулит ничего хорошего обществу, в котором так много людей используют социальные сети.

У нарциссов часто возникают проблемы в общении с другими людьми (более подробно мы рассмотрим это в главах 13 и 14), но, конечно, «друзья» в Интернете часто отличаются от друзей в реальной жизни. Во-первых, добавить в друзья, «зафрендить» (ах, глаголы современности) кого-либо на Facebook на самом деле следует называть «знакомством» (или, возможно, «сетевым взаимодействием»). Быть чьим-то другом на Facebook не обязательно означает, что у вас с ним или с ней глубокие, эмоционально близкие отношения. Это скорее признак того, скольких людей вы «знаете» или сколько людей хотят сказать, что «знают» вас. Наличие большого количества друзей — это символ статуса, и стыдно иметь только пять друзей на MySpace или Facebook. В реальной жизни, конечно, ты по-настоящему счастливчик, если у тебя есть пять настоящих близких друзей. На MySpace это жалко, потому что речь идет о количестве, а не о качестве. Для нарциссов это соревнование, кто сможет найти больше и «самых горячих» друзей, а нарциссы любят соревнования.

Сайты социальных сетей бесконечно усиливают нарциссизм. У нарциссов на этих сайтах больше «друзей» и связей, а нарциссическое поведение и изображения вознаграждаются большим количеством комментариев и «добавок». Таким образом, пользователи с большей вероятностью будут связаны с людьми, которые более нарциссичны, чем средний человек. Таким образом, в дополнение к структуре сайта, способствующей нарциссической саморекламе, способ взаимодействия пользователей может привести к смещению нормы поведения и самопрезентации в сторону нарциссизма. Если бы инопланетяне высадились на нашей планете и им пришлось бы судить о состоянии человека по популярным сайтам социальных сетей, они бы подумали, что люди более нарциссичны, чем они есть на самом деле.

Даже если ваши друзья на MySpace — ваши настоящие друзья, общение в сети — это не то же самое, что личное общение или даже общение по телефону. Это облегчает поверхностные, эмоционально несостоятельные отношения, которые предпочитают нарциссические люди. Исследование Университета Карнеги-Меллона показало, что на дискуссионных онлайн-форумах частое размещение сообщений связано с принятием, но фактическая помощь другим или задавание вопросов приводит к отказу. Исследователи пришли к выводу, что онлайн-сообщества основаны на «поверхностном обмене мнениями, а не на содержательных разговорах». Эшли, 21 год, ответила на наш онлайн-опрос и не уверена, что сайты социальных сетей действительно социальные. «Facebook и MySpace позиционируют себя как социальные сети, но я думаю, что на самом деле они делают больше для того, чтобы разъединять людей, чем объединять их», — говорит она. «Зачем звонить другу, если можно просто написать сообщение на его стене? Нет необходимости посещать друга, чтобы наверстать упущенное: вы можете просто проверить его профиль, чтобы узнать, что нового». Джош, 23 года, согласен. «Думаю, это похоже на те машины, которые за вас гладят ваших питомцев. Это делает бессмысленным иметь друзей, раз тебе не нужно их видеть или разговаривать с ними».

Почти каждый, у кого есть страница на MySpace или Facebook, может точно сказать вам, сколько у него друзей. Если меньше 50, значит, ты хромой. Если их больше 300, вы можете быть «шлюхой MySpace», теми, кто делает все возможное, чтобы добавить друзей на свои страницы, от публикации разоблачающих фотографий до высказываний пикантных вещей в своих блогах. Все дело в количестве. Как говорит Келси: «Редко два человека дружат друг с другом из-за искреннего желания общаться, расти в близости и укреплять связь... каждый из запросов на дружбу отдает социальным восхождением, позерством, самовозвеличением или накоплением». Некоторые подростки достаточно умны, чтобы это понять. 17-летний Грейсон сказал Келси: «Вы не можете связаться с кем-то, обмениваясь глупыми комментариями вроде: «Чувак, мне понравился макет». Это бомба» вместо того, чтобы позвонить им и потусоваться. Поскольку общение настолько бессмысленно, оно делает бессмысленными отношения».

Дружба также по своей сути является конкурентной, поскольку каждый пользователь должен решить, кого включить в его «Топ-8» (с 2007 года вместо этого можно создать «Топ-24»). Друзей необходимо упорядочивать и ранжировать, это своего рода брезгливое социальное неприятие, независимо от того, как это делается. Дружба теперь превратилась в соревновательный вид спорта. 24-летний Джей Ди сказал Келси, что два места в его Топ-8 всегда будут зарезервированы для «двух самых привлекательных женских фотографий из моего списка друзей». Джей Ди что-то знает: исследование показало, что владельцы страниц Facebook считаются более привлекательными, когда друзья на их странице более привлекательны. В эпоху саморекламы стоит принять взвешенное решение, как это делает Джей Ди и проверить своих друзей на предмет физической привлекательности.

Профили большинства подростков закрыты, а это означает, что случайные пользователи Интернета не могут видеть их профили. Однако у многих старшеклассников есть 300 и более «друзей», каждый из которых может видеть их профиль. Таким образом, хотя большинство из них не хвастаются перед миром в целом, они *демонстрируют* свои активы группе сверстников.

Цель состоит в том, чтобы выглядеть популярным и важным, публикуя фотографии. «Какой смысл фотографироваться с друзьями, если ты не публикуешь их на MySpace?» — спрашивает 16-летняя Карина в *Generation MySpace*. Джессика, 26 лет, преподающая в Нью-Джерси, написала в нашем онлайн-опросе: «У большинства моих старшеклассников есть страницы MySpace, и дети, у которых больше всего «друзей» на сайте, — это те, у кого самые сумасшедшие истории в блогах, больше картинок или самые провокационные обои. Чем круче вы кажетесь, каким бы правдивым он ни был на самом деле, тем больше людей прочитает ваш профиль и «попросят» вашей дружбы. Все дело в том, чтобы быть узнаваемым и иметь обожающих поклонников».

Даже адреса электронной почты помогают нарциссическим людям хвастаться. Исследование показало, что нарциссы с большей вероятностью

будут выбирать адреса электронной почты, которые другие оценивают как «самовозвеличивающие» и «нескромные». Таким образом, наблюдатели смогли определить по электронным письмам людей, склонны ли они к нарциссизму. В каждом электронном письме некоторые эгоцентричные люди заявляют, какие они замечательные. Как выразились исследователи: «Считать thefascinatingking@gmx.net нарциссическим может быть довольно обосновано».

ЛИЧНОСТЬ MYSPACE

Социальные сети поощряют пользователей подчеркивать только определенные аспекты себя. Во-первых, пользователи могут выбрать для показа только самые привлекательные или классные свои фотографии — некоторые называют это «ракурсами» (например, вы показываете свою хорошую сторону или, если у вас избыточный вес, вы показываете только свое лицо). «Подавляющее большинство женщин на MySpace стараются выглядеть максимально сексуально любыми средствами», — написал 25-летний Брайан в нашем онлайн-опросе. Вы также можете выделять только те события из жизни, которые вас радуют, и удалять негативные комментарии. «Мой профиль на MySpace содержит только хорошее, что происходит. Каким-то образом плохое упускается из виду», — признается Бриттани, 23 года. Самопрезентация в Интернете обычно означает выглядеть лучше и круче, как резюмирует статья *New York Times*: «улучшить свое положение путем установления связей с друзьями с высоким статусом; использовать псевдоним типа «Бэтмен» или «007», даже если на самом деле больше похож на Остина Пауэрса; называть свою блестящую голову «бритой», а не «лысой»; указать своей профессией диджеей или моделью, а не ту, что едва позволяет платить по счетам; принимать взвешенные решения о том, что включить в список интересов или любимых книг». Другими словами, социальные сети помогают создать разрыв между фантазией и реальностью.

Во-вторых, сайты подчеркивают только определенные аспекты жизни людей и только определенные стороны их личности. Почти всегда это поведение и черты, соответствующие нарциссизму, такие как вечеринки, горячий внешний вид, наличие красивого парня или девушки или победа в конкурсе (предпочтительно модельном или песенном). Очень редко на MySpace можно упомянуть, как сильно вам нравятся уроки истории. А в разделе «С кем бы я хотел встретиться» никто никогда не ставит «Билл Гейтс» или «Бенджамин Франклин». Подростки стараются выглядеть здесь круто, перечисляя «горячих» знаменитостей, популярных спортсменов или даже порнозвезд. Страницы многих подростков на MySpace настолько шокируют, что Келси предупреждает родителей не просматривать страницу своего ребенка сразу. Вместо этого она советует им колесить по сайту целую неделю, просматривая страницы других подростков. После этого их уже не будут так удивлять пивные бутылки, скучная одежда и привлекающие внимание изображения, столь распространенные на сайте.

Социальные сети формируют взгляды подростков и людей двадцатилетнего возраста на мир и лепят податливую личность молодых людей, как глину. Подобно тому, как животные развиваются и меняются, чтобы приспособиться к окружающей среде, молодые люди становятся более самовлюбленными, чтобы соответствовать требованиям нового цифрового мира. По словам Келси: «Поскольку экранная культура... укоренена в менталитете пикабу, закреплённом в изображениях, сегодняшние подростки — опытные эксгибиционисты, бдительные вуайеристы и начинающие нарциссы». Чтобы полноценно участвовать на этих сайтах и получать много комментариев, вам необходимо постоянно обновлять свою страницу и рассылать «ленты новостей», объявляющие о новых изображениях или материалах. Сайты активно поощряют людей производить цифровой эквивалент крика «Посмотри на меня!» Одна молодая женщина разместила на своей странице в Facebook 257 своих фотографий, в том числе одну, на которой она демонстрирует раздражённую улыбку над напечатанной подписью: «Проклятые папарацци».

Глава *Generation MySpace*, посвящённая созданию страницы MySpace, называется «Pimped Out» (Pimp Out может значить и «прокачивать» и «подкладывать кого-то под кого-то»), поскольку именно так подростки называют особенно классные страницы. Келси представляет образец страницы «Обо мне», типичной для тех, которые она видела у школьников. «Я люблю 2 Chill With my friends и PartAYYY НА ВЫХОДНЫХ!!!!... я люблю взбитые сливки, лол, я люблю веселиться и просто быть глупым и диким!! Хе-хе, я обожаю 2 Shop, так что, может быть, кто-нибудь из вас сможет как-нибудь свозить меня за покупками! ну, если ты действительно хочешь поговорить со мной обо мне... я буду рад тебе рассказать!» Ответы «опроса» включают «Правша или левша: оба, хе-хе»; «Ваше время сна: всякий раз, когда вы укладываете меня спать»; «Клянёшься? Черт возьми, нет». Как объясняет Келси: «Здесь вы заметите склонность преувеличивать желания и черты личности; чем ярче вы звучите, тем более интересным может показаться другим участникам ваше онлайн «Я». «Кричащий» — это, конечно, просто ещё одно название нарциссизма на MySpace.

Весной 2008 года аспирантка Джин Лия Бондс проанализировала 200 страниц MySpace студентов государственного университета Сан-Диего. Скажем так, их нельзя назвать скромными. В одной говорилось: «К черту принцессу! Я королева.» Другая опубликовала 21 свою фотографию в различных знойных позах. «Да я УМНЫЙ, да, я ВЕСЕЛО, да я ДИКИЙ! И да, Я ЛЮБЛЮ ВЕЧЕРИНКИ. Ты думаешь, что можешь танцевать лучше меня... ТЫ ОШИБАЕШЬСЯ!» отметил другой. В разделе «С кем бы я хотел встретиться» один написал: «С кем-то, кто отвезет меня в Нью-Йорк» (потому что, конечно, кто вы, на самом деле не имеет значения — важно лишь то, что вы для меня сделаете). Даже те, кто рассказывал о своих друзьях на своих страницах, были в этом отношении странно конкурентны; одна молодая женщина написала: «Мои друзья лучше твоих, и я сделаю для них все». Любимой страницей Джина была страница парня с заголовком «Я просыпаюсь и пи-

саю превосходно». (Он даже не был оригинален: эта фраза из фильма «*Ночи Талладеги*».)

Некоторые молодые люди говорят, что их страница MySpace «на самом деле не я» (хотя они чаще говорят это родителю, чем другу). Но подростковый возраст — это время попробовать разные личности, поэтому их я в MySpace может легко стать частью их «настоящего меня», поскольку их нарциссическое самоизображение на сайте вознаграждается. Нарциссические черты характера, такие как стремление к вниманию, возмездие и горячий внешний вид, приводят к успеху на этих сайтах — больше друзей и больше комментариев. Люди склонны повторять действия, которые вознаграждаются.

В книге «*Поколение MySpace*» 15-летний Колин разделяет мнение многих подростков о том, что их страница на MySpace сосредоточена на самовыражении (один из предшественников эпидемии нарциссизма). «Это МОЯ страница, в которую я вкладываю СВОЕ время. И это выражение меня и того, кем я являюсь. Никто не может заставить меня избавиться от этого», — говорит он.

К ЧЕРТУ ТЕБЯ, НО СПАСИБО ЧТО ДОБАВИЛ

Сексуальные аспекты MySpace привлекли много внимания, но часто выражаемые там агрессивные и антисоциальные настроения почти столь же шокируют — и столь же соответствуют культуре нарциссизма. Конечно, многие пользователи MySpaces говорят о том, как сильно они любят своих друзей, но позиция «не шути со мной» также очень распространена. «Бейсбол – это моя жизнь. если тебе не нравится спорт, ты, вероятно, мне не понравишься, а если ты думаешь, что бейсбол — это легко или скучно, то ИДИТЕ НАХ*Р», — написал Мэтт. Имя пользователя одного молодого человека — «Поприветствуй меня, сука», а другого — «\$ты просто делаешь тебя, а я делаю меня\$». Одна девочка-подросток написала: «Если ты мне не нравишься, то пошел ты на х*р, ты НЕ стоишь моего времени». (Двумя предложениями позже она парадоксально добавляет: «Со мной легко ладить».)

Даже символы и слова, которые люди используют на MySpace в своих именах пользователей, пропагандируют такие нарциссические ценности, как увлечение знаменитостями (***, что означает «звездный восторг») или интерес к деньгам (\$). В интернет-сленге часто обозначают принятие риска, например, «crunk» (безумно пьяный), «blazed» (кайф) или «fade» (драка). 26Y4U означает «Слишком сексуально для тебя», %\ — похмелье, >U — «иди ты!» и:- d~ «набирает кайф». ВОНІСА — «Наклонись, вот оно»; GYRO — «Сними штаны»; GNOC раздевается перед камерой. Когда в 2006 году Келси искала на MySpace упоминания слова «ебать», она получила 13,7 миллиона просмотров. *Порно* получило 2,4 миллиона просмотров.

Грубая коммерциализация также процветает на сайтах социальных сетей и часто вытесняет настоящую дружбу, которая существовала с самого начала. MySpace начинался как место, где группы собирали фан-базу, и многие группы рассылали комментарии «друзей» о своем последнем альбоме

— на самом деле это просто форма рекламы. По мере развития MySpace спам-сообщения от компаний стали очень распространены. Практически каждая страница MySpace заполнена рекламой рингтонов, порносайтов, отпускаемых по рецепту лекарств — всего, что может принести прибыль.

Тила Текила, так называемая королева MySpace, воплощает ценности и черты личности, поощряемые сайтами социальных сетей. Ее страница на MySpace, на которой она публикует множество откровенных фотографий своего горячего тела, быстро стала площадкой для саморекламы, которая принесла свои плоды в 2007 году, когда она запустила собственное шоу на MTV. В программе «Любовь с Тилой Текилой» 32 мужчины и женщины боролись за расположение Тилы (она бисексуальна). Тила использовала несколько других веб-сайтов для продвижения себя, в основном с помощью фотографий обнаженной или близкой к обнаженной натуры. В 2005 году она запустила Tilafashion.com, линию одежды со слоганом «Так жарко, что вам захочется все это снять!»

Тила также известна своим напористым, возможно, даже агрессивным поведением. «Не хочу это говорить, но я тебя трахну, если попытаешься трахнуть меня. Дай мне уважение, а я дам тебе твое... понятно?» написала она на своей странице MySpace. Она также выразила свое стремление к настоящей любви как на своих веб-страницах, так и в своем шоу, хотя маловероятно, что ее нынешний подход окупится. В своей песне «I Love U» она читает: «Я думаю, что люблю тебя... Но если ты когда-нибудь причинишь мне боль, я, черт возьми, убью тебя». Ее песни имеют скромные, сдержанные названия, такие как «Fuck Ya Man» и «Друзья-стриптизерши».

БЛОГИ, КОММЕНТАРИИ И ОЦЕНКА МНЕНИЯ КАЖДОГО (ДАЖЕ ЕСЛИ ОНО ТУПОЕ)

Нарциссическая культура нового Интернета выходит далеко за рамки социальных сетей. Там и в других местах стало популярно публиковать свои мысли в блогах. Увлечение самовыражением 1970-х годов не имеет ничего общего с миллионами людей всех возрастов, которые транслируют миру каждую свою мысль. Некоторые блоги, конечно, великолепны: они интересны, информативны и даже затягивают (нынешний фаворит Китая — Surfysurfy, журнал о досках для серфинга ручной работы от хороших ребят из Moonlight Glassing). Но многие из них представляют собой банальные упражнения по самовыражению и поиску внимания. Если бы вы просто хотели записать свои мысли, вы бы вели личный дневник, возможно, в блокноте на спирали. Сегодня многие люди ведут подробный учет каждого своего шага в Интернете. Видно, что они думают: «Это про меня, так что, конечно, интересно!» Реагируя на обложку журнала *Time* «Человек года: Ты», Джордж Уилл написал: «Речь идет о нарциссизме, поэтому зеркало абсолютно идеально. Большая часть того, что делается в сети, — это люди, ведущие свои дневники, как будто каждый должен заботиться о внутреннем смятении каждого». Кевин, 35 лет, был еще более откровенен в нашем онлайн-опросе: «Вот что сводит меня с ума от блогов: то, что вы МОЖЕТЕ создать блог, не означает, что вы ДОЛЖНЫ. Внезапно каждый становится экспертом во всем

и чувствует необходимость опубликовать свое мнение миру. Доверие стало бессмысленным».

Многие блоги доступны только друзьям — это удобный способ рассказать людям о своей жизни, написав одно сообщение вместо 15 телефонных звонков. Ведение блога прекрасно справляется с этой задачей. Но система комментариев, ответов на комментарии и т. д. поощряет споры, причем часто односторонние. Это не настоящий диалог, каким был бы устный разговор, а одна обличительная речь, за которой следует ответ на обличительную речь. Выполнение всего этого на экране также устраняет человеческий элемент сочувствия, нюансов и личного взаимодействия.

Аналогичные проблемы возникают в теперь повсеместных разделах комментариев на газетных, видео- и других сайтах. На газетных сайтах разделы комментариев теоретически позволяют сообществу людей обмениваться идеями по определенной теме. На практике они часто скатываются до неосведомленной банальности из третьих рук, напоминающей начало городских легенд: «Это не может быть правдой, потому что парикмахер моего друга слышал...» Нет, журналисты не всегда правы, но они, по крайней мере, были обучены рассматривать вопросы с определенной степенью объективности. Вместо этого наша современная культура говорит: «Мнение каждого так же значимо, как и мнение всех остальных», и теперь подкрепляет это мнение в Интернете распространением блогов и разделов комментариев. Проблема в том, что большинство людей, оставляющих комментарии, не имеют ни малейшего представления о том, о чем говорят. Они думают, что имеют, что часто встречается среди людей со склонностью к нарциссизму, но они ничего не знают. Комментарии, в которых действительно говорится что-то умное, часто теряются в горах невежества.

Комментарии также провоцируют конфликт. Как мы подробно расскажем в главе 13, разделы комментариев на таких сайтах, как YouTube, удивительно быстро перерастают в враждебность. Возможно, потому что они могут быть анонимными, люди говорят на этих сайтах то, что никогда бы не сказали кому-то в лицо. Политические аргументы на сайтах газетных комментариев быстро становятся спорными, и очень трудно отличить правду от мнения. Веб 2.0, как говорит Эндрю Кин в книге *«Культ дилетанта»*, — это «невежество, эгоизм, безвкусица, власть мафии».

В некотором смысле, ведение блога сталкивается с трудностью, с которой сталкиваются все формы коммуникации: проблемой сигнала/шума. В технике сигнал — это поступающая важная информация; Шум — это помехи, статические и посторонние звуки. В сети много хорошего (сигнала), но есть и огромное количество бесполезного шума. Минимальная фильтрация блогов пропускает много информации — много шума, но также и некоторый интересный сигнал. Но отсутствие фильтрации служит воротами для большого количества нарциссического шума, маскирующегося под сигнал. В некоторых случаях блоги занимаются самоконтролем, например, в тех

случаях, когда самодовольные и провоцирующие конфликт авторы клеймятся как «тролли» и их избегают. Но сама природа мира блогов усложняет эту задачу, поскольку эти тролли часто могут просто выбрать другую личность и начать публиковать сообщения снова.

В СВОЕЙ ВТОРОЙ ЖИЗНИ Я НАМНОГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЕЕ

Виртуальные миры, такие как Second Life, также играют роль в эпидемии нарциссизма. Виртуальные миры — это целые онлайн-сообщества, где люди могут выбирать личности или аватары и взаимодействовать с другими.

(Аватар — интересный термин для этого — изначально это слово использовалось для описания человеческой формы божества, особенно индуистских божеств, которые часто принимали различные земные формы.) Эти виртуальные сообщества дают людям свободу создавать другую идентичность: вы можете выбрать свою имя, ваш пол и внешний вид. Если захотите, вы даже можете принять нечеловеческую форму. У вас также есть свобода меняться. Если ваша виртуальная жизнь превратится в катастрофу, вы можете выбрать другую личность и начать все заново. Конечно, у каждого из нас есть возможность бросить семью, сменить имя и сбежать в Коста-Рику, чтобы жить на пляже, но это будет непростая задача — вы не хотите разрушать жизни своих близких. настоящие дети. В виртуальном мире быть тем, кем хочешь, гораздо проще.

Неудивительно, что люди в виртуальных мирах склонны выбирать личности, которые лучше, чем в реальной жизни. Например, аватары Second Life включают в себя несколько уродливых, старых или полных людей. Одежда обычно привлекательна, выглядит чистой и выглаженной. Влияет ли это изменение виртуальной идентичности на виртуальное поведение людей? Одно увлекательное исследование случайным образом назначало людям аватарам в виртуальном мире. В первом эксперименте некоторым людям были предоставлены привлекательные аватары, а некоторым — непривлекательные. Привлекательные аватары были более социально уверенными; они подошли ближе к другому аватару и больше говорили о себе. Во втором эксперименте людям назначали низкий или высокий аватар, и они выполняли переговорное задание. Люди с высоким аватаром были более конкурентоспособны в переговорах. Исследователи пришли к выводу, что тип аватаров, которые люди используют, на самом деле меняет социальное поведение в виртуальном мире, что они назвали эффектом Протея. Примечательно, что поведение привлекательных аватаров соответствовало большему нарциссизму — они говорили о себе, были более социально уверенными и были более конкурентоспособными.

Другой важный вопрос: действительно ли поведение в виртуальном мире меняет поведение в реальном мире? Кажется. Например, виртуальные миры можно использовать для лечения реальных фобий. Люди, которые боятся летать, страдают социофобиями или боятся пауков, могут научиться преодолевать эти страхи в виртуальной среде. Общие социальные практики и убеждения в себе, усвоенные в виртуальных мирах, могут также

переноситься в реальную жизнь, будь то повышенный нарциссизм или большая терпимость к различным типам людей.

Как и в случае с большей частью Интернета, виртуальные миры не только способствуют нарциссическому поведению, но и приносят пользу обществу. Благодаря Second Life люди, которые не выходят из дома из-за болезни, страдают социофобией или социально изолированы из-за физических обстоятельств, на самом деле могут вести своего рода активную социальную жизнь. Это кажется очень полезным, а для застенчивых людей это действительно может быть терапевтическим, если уверенность, которую они получают от Second Life, может сделать их «первую жизнь» лучше. Аналогичным образом, люди, которые пытаются разобраться в проблемах идентичности, таких как сексуальная ориентация, могут столкнуться с этими проблемами в относительно безопасной среде. В то же время, однако, акцент Second Life на внешности и несколько поверхностных отношениях может способствовать развитию нарциссизма.

ЗАЯВИТЬ О СЕБЕ

Основатели YouTube изначально задумывали его как простой способ поделиться видео — например, опубликовать видео, на котором ваш ребенок гуляет, чтобы ваши родственники могли его увидеть. (Джин так и сделала, что побудило ее брата наблюдать за шаткими шагами своей годовалой племянницы: «Она выглядит немного пьяной».) Но большая часть YouTube — видеоролики, которые просматриваются снова и снова — представляют собой либо транслируемые по телевидению клипы (из эфира *Saturday Night Live* например) или люди, которые хотят прорекламировать себя или привлечь внимание. На YouTube есть много видеороликов, на которых девочки-подростки поют в своей гостиной в надежде, что их обнаружат, и почти столько же людей делают что-то действительно глупое в попытке привлечь внимание или славу. В культуре, одержимой славой, YouTube — это новый способ добиться ее.

Идея Энди Уорхола о том, что «в будущем мы все будем знамениты в течение 15 минут», в некотором роде сбылась (некоторые заметили, что ее следует изменить на «известные в течение 15 секунд» или даже «известные в течение 15 человек»). Любой, у кого есть компьютер и подключение к Интернету, может получить некоторую известность. Вы можете написать рецензию на книгу на amazon.com, написать запись в блоге, оставить комментарий в блоге, создать веб-сайт или снять себя на видео, делая что-то глупое, жестокое, смешное или порнографическое.

YouTube — это эпицентр многих попыток прославиться. За один день 2007 года 264 244 человека просмотрели видео, где кто-то поет телефонную книгу, 256 450 человек увидели танец под названием «Космонавтика» и 787 151 человек посмотрели черепаху-убийцу. К сентябрю 2008 года 210 353 человека просмотрели видео с интригующим, хотя и грамматически искаженным названием «Мои любовные секреты, чтобы меня соблазнить». Сравните это со средней ежедневной аудиторией CNN, которая примерно на 500 000 — на

50% меньше, чем смотрели на злобную гадину, и лишь в два раза больше тех, кто видел танец «Космонавтики». Однако известность на YouTube более мимолетна, чем обычный новостной цикл. Однажды видео, на котором вы танцуете танец цыпленка в костюме панды, будет повсюду; В следующий раз ваше место займет парень, стоящий на голове на баскетбольном мяче. Уорхол, несомненно, был гением.

Другие люди используют YouTube как способ проникнуть в Голливуд без обычных привратников в виде продюсеров и боссов студий. В некоторых случаях это вознаграждает подлинный (хотя и вводящий в заблуждение) талант, например, Майлза Беккета, который бросил хирургическую ординатуру в 2005 году, потому что хотел стать режиссером. Он разместил на YouTube серию видеороликов о, как он выразился, «девочке, обучающейся на дому, готовящейся к загадочной церемонии». Эта девушка — Lonelygirl15». Веб-сериал Беккета (как оказалось, вымышленный) продолжает собирать больше зрителей, чем многие шоу кабельного телевидения. Однако на каждую Lonelygirl15 приходится сотни и сотни видеороликов на YouTube о том, как певцам было отказано на первых пробах в *American Idol*. Эта новая технология сделала больше, чем просто демократизировала развлечения — она дала миллионам людей возможность добиваться внимания и славы, которых они так жаждут. Как говорит сооснователь YouTube Чад Херли: «Каждый в глубине души хочет стать звездой».

По крайней мере, они делают это сейчас. Знаменитость и слава стали мечтой о равных возможностях; зачем просто читать о знаменитостях в журнале, если можно разместить видео и самому прославиться? «Несмотря на все разговоры о том, чтобы объединиться, величайшие успехи Web 2.0 основаны на нашей потребности чувствовать себя значимыми, уважаемыми и, прежде всего, быть увиденными», — пишет Лакшми Чаудри в журнале *Nation*. «Последняя версия цифровой демократии действительно принесла с собой новую демократию славы, [оставив] нас еще больше в плену у знаменитостей, за исключением того, что теперь у нас есть больше шансов на то, чтобы нам самим поклонялись».

НЕСКОЛЬКО ПОСЛЕДНИХ МЫСЛЕЙ

Мы не хотим показаться слишком упрощающими или негативными в нашем обсуждении Интернета. Интернет играет в обществе множество ролей, большинство из которых весьма позитивны. Например, электронная почта дает нам, авторам, возможность постоянно общаться с исследователями со всего мира, с которыми мы никогда не встречались. Это приводит к такому типу международного сотрудничества, которое было бы невозможно до появления Интернета. Поскольку один из нас живет в Джорджии, а другой в Калифорнии, писать эту книгу без электронной почты было бы очень сложно. Точно так же Интернет позволяет нам оставаться на связи со старыми друзьями и коллегами. Наши друзья из аспирантуры разъехались по работе по всему миру, но мы по-прежнему можем поддерживать связь с помощью электронной почты (и, если бы мы были моложе, Facebook). Огромное количество информации, доступной в Интернете, также

чрезвычайно полезно (правда, только тогда, когда она верна, но это совсем другая история).

Однако нарциссизм проникает в картину во многих отношениях. Во-первых, Интернет позволяет принципу фантазии взять верх над принципом реальности. Интернет позволяет очень легко быть тем, кем ты не являешься, и эта альтернативная личность обычно лучше, круче или привлекательнее. Во-вторых, большая часть интернет-коммуникаций осуществляется посредством изображений и кратких самоописаний, при этом внимание уделяется более поверхностным аспектам личности: вашей (тщательно выбранной) фотографии, вашим забавным шуткам, вашим рекламным объявлениям. В-третьих, люди, которые отчаянно нуждаются во внимании, имеют доступ к огромной потенциальной аудитории в Интернете через такие сайты, как YouTube, блоги, доски комментариев в газетах и сайты фоторейтингов. Все это поощряет нарциссизм, и, хотя идиотские видео на YouTube нравятся нам так же, как и всем остальным, Интернет без безудержного нарциссизма был бы гораздо лучшим местом.

ГЛАВА 8

Я заслуживаю лучшего под 18% годовых. *Легкий кредит и отмена принципа реальности*

Мужчина в рекламе улыбается, описывая свой образ жизни: дом с четырьмя спальнями, новая машина и даже газонокосилка. Как это у него получилось? «Я по уши в долгах», — говорит он с фальшивой, натянутой ухмылкой.

Эта небольшая реклама подчеркивает чрезвычайно важную мысль: бум льготного кредитования, начавшийся в 1990-х годах и (по крайней мере, в сфере ипотеки) и эффектно завершившийся в 2007–2008 годах, позволяет людям притворяться, что они живут лучше, чем есть на самом деле.

Инфляция кредитов приводит к инфляции самооценки, помогая эпидемии нарциссизма распространяться повсюду. Возьмите культуру, которая поощряет самолюбование и материальные блага, добавьте возможность реализовать это самолюбование через покупку вещей, которые вы на самом деле не можете себе позволить, и многие люди будут жить нарциссической иллюзией, что они богаты, успешны и особенны. Хотя более строгие стандарты ипотеки теперь затруднили увековечить иллюзию, купив дом не по средствам, получить кредитные карты по-прежнему довольно легко.

Как и многие другие последствия нарциссизма, последствия разгула расходов оказывают негативное влияние на других людей. Всем приходится платить больше, когда цены на товары, которые можно купить с помощью легкого кредита (особенно на дома), стремительно растут. Нарцисс, который в 2003 году вложил миллион долларов в свой замок из гранита и нержавеющей стали с помощью кредита без документов, поднял стоимость домов для Джона и Сьюзи Бережливых и налог на имущество Салли Пенсионерки. Довольно скоро любой, кто просто хотел дом в приличном школьном округе, оказался «по уши в долгах». Без легкого кредита нарциссический разгул, положивший начало этому процессу, никогда бы не случился.

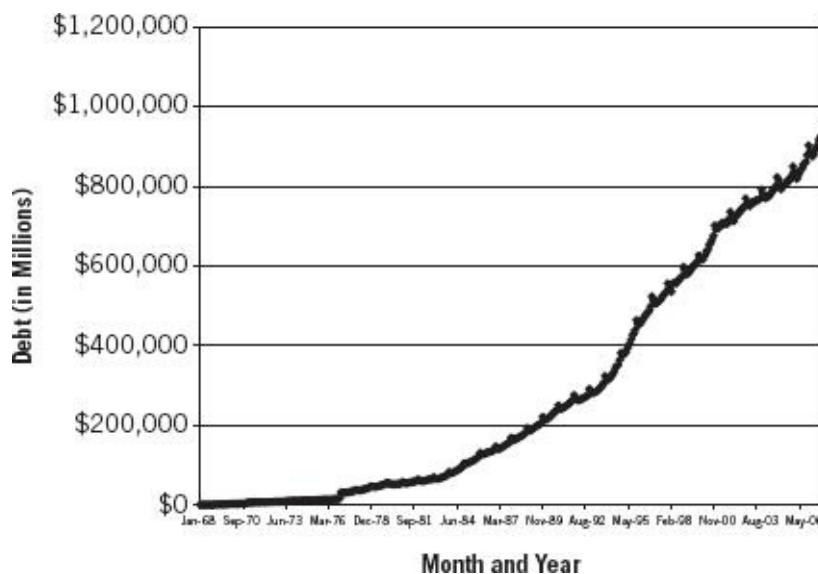
Даже когда ипотечное кредитование ужесточилось после того, как люди узнали это на собственном горьком опыте, задолженность по кредитной карте по-прежнему было легко получить. В 2005 году, впервые после Великой депрессии 1930-х годов, американцы потратили больше, чем заработали. Так было не всегда — в начале 1980-х годов американцы откладывали около 12% своих заработков. Сейчас люди в возрасте до 35 лет тратят на 16% больше, чем зарабатывают. Потребительский долг увеличивался в среднем на 7,5% каждый год, начиная с 1997 года, что почти вдвое превышает темпы изменений за 10 предыдущих лет. Средний долг по кредитным картам сейчас превышает 11 000 долларов, что втрое превышает показатель 1990 года. В результате общая долговая нагрузка американцев составляет 2,5 триллиона долларов (да, это действительно так). Из

этой суммы почти 1 триллион долларов — это возобновляемый долг, такой как кредитные карты, который обычно считается «безнадежным долгом». Большая часть остального приходится на ипотечные кредиты, традиционно считающиеся «хорошими долгами». Однако даже этот «хороший долг» оказался не таким уж хорошим в 2008 году, поскольку рискованные ипотечные кредиты потерпели крах, а потери права выкупа резко возросли. В 2006 году, до того, как жилищный кризис рухнул, уровень банкротств в Америке все еще был в десять раз выше, чем во время Великой депрессии. Многие из этих людей, конечно, были ошеломлены неожиданными расходами первой необходимости, часто медицинскими счетами. Но многие другие увлеклись потребительской культурой и легкими кредитами.

Как ни посмотри на кредитную картину, она некрасивая. Первая цифра (на странице 125) показывает объем выдающихся потребительских кредитов в США (в миллионах долларов) за последние несколько десятилетий. Эти цифры не учитывают рост населения, но ясно, что кредит рос гораздо быстрее, чем численность населения. Та же закономерность проявляется в изменении коэффициента личных финансовых обязательств, который представляет собой процент располагаемого дохода людей, съедаемый выплатами по долгам. Опять же, рост на протяжении десятилетий очевиден.

Профессор права Гарвардского университета Элизабет Уоррен, эксперт по кредитам и банкротству, несколько лет назад выступила с презентацией в Citigroup. Она подчеркнула, что, если банк хочет сократить убытки от людей, которые перестали платить по счетам по кредитным картам, все, что им нужно сделать, это прекратить кредитовать людей, которые не могут позволить себе платить. Затем один из руководителей высшего звена встал. «Если мы исключим этих людей, — сказал он ей, — мыотрежем основу нашей прибыли. Именно здесь мы зарабатываем все наши деньги». Другими словами, банки получают прибыль, когда люди не могут оплатить счета по кредитным картам и накапливают множество штрафов за просрочку платежа и процентов. Это еще один пример культурной и макроэкономической природы эпидемии нарциссизма. Люди не просто проснулись в один прекрасный день и решили, что будут выглядеть богатыми, взимая плату за все — банки поняли, что могли бы заработать больше денег, если бы кредит было легко получить.

Невыплаченный потребительский кредит, США, 1968–2007 гг.

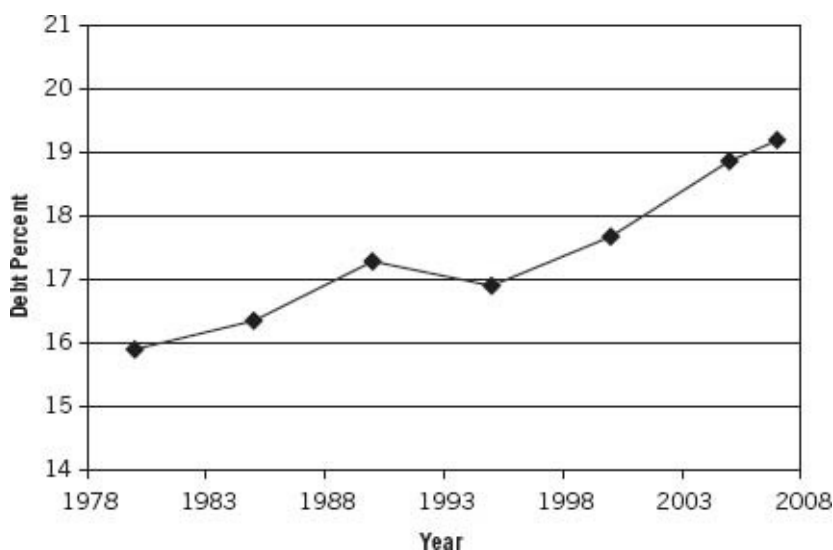


Источник: Федеральная резервная система США, http://www.federalreserve.gov/releases/G19/hist/cc_hist_r.html (просмотр онлайн 8 июня 2008 г.).

Конечно, долг – это не всегда плохо, особенно в краткосрочной перспективе. В течение нескольких лет долг в экономике работал нормально: потребители тратили деньги, а банки были счастливы и зарабатывали много денег. Люди почувствовали себя победителями, стали называть себя «инвесторами» и говорили на вечеринках о том, сколько стоят их дома. Но кредит вышел из-под контроля, и цены взлетели слишком сильно. Затем разразился ипотечный кризис, цены на жилье начали падать, количество случаев потери права выкупа резко возросло, и внезапно вся экономика оказалась в беде.

Этот сценарий не мог произойти несколько десятилетий назад. В то время получить кредит и льготную ипотеку было труднее. Если вы хотели купить дорогой дом, но не заработали достаточно, чтобы позволить себе его по 30-летней ипотеке, и у вас не было 20%, которые можно отложить, очень жаль — вы не смогли купить дом. Если вы хотели яркую машину, но у вас не было денег, тоже нет. Ваш образ жизни и имидж, который вы представляли другим людям, зависел от вашего фактического богатства.

Процент располагаемого дохода, идущий на выплаты по долгам, 1978–2008 гг.



Источник: Федеральная резервная система США, <http://www.federalreserve.gov/releases/housedebt/default.htm> (просмотр онлайн 8 июня 2008 г.).

Затем появились кредиты только под проценты, ипотечные кредиты со скидкой 0%, автокредиты и кредитные карты для всех. Это казалось замечательным — каждый мог получить все дорогие игрушки и домики, которые он всегда хотел и на которые имел право, и не нужно было ждать. Это позволяет людям жить так, как они себя считают членами королевской семьи, даже если они не зарабатывают достаточно, чтобы заплатить за это — по крайней мере, сейчас. В следующем месяце вы погасите счет по кредитной карте. Хорошо, может быть, в следующем году. «Но мне очень хотелось этот телевизор», — возразите вы. «Сейчас у всех есть большой плоский экран».

Доступность легких кредитов — другими словами, готовность и способность некоторых людей влезать в огромные долги — позволила людям представить себе и миру преувеличенную картину своего собственного успеха. Это, конечно, побудило других влезть в долги просто для того, чтобы «не отставать». К сожалению, покупать в кредит яркие потребительские товары, чтобы выглядеть и чувствовать себя победителем, — это все равно, что курить крэк, чтобы улучшить настроение. Оба изначально дешевы и работают очень хорошо, но только в течение очень короткого периода времени. В долгосрочной перспективе оба оставят вас без гроша в кармане и приведут к депрессии. Даже банкротство больше не приносит большого облегчения: в 2005 году Конгресс принял Закон о реформе банкротства, который значительно затруднил погашение долгов. Поскольку получение кредита стало проще, конечная реальность стала более жесткой.

По сути, большая часть экономического кризиса 2008 года была вызвана самоуверенностью и жадностью — двумя ключевыми симптомами нарциссизма. Кредиторы, привлеченные соблазном высоких комиссий, были слишком самоуверенны и рисковали выдавать ипотечные кредиты, слишком

дорогие для того, чтобы люди могли их платить, а некоторые покупатели жилья были слишком самоуверенными в получении этих ипотечных кредитов — плюс, они действительно хотели этот McMansion. Строители заняли большие площади и застроили акры и акры жилых домов и кондоминиумов, многие из которых сейчас пустуют. Инвестиционные банки занимали в 30–40 раз больше своего доступного капитала, используя ипотечные кредиты, в 10 раз превышающие доходы домовладельцев, в качестве предположительно надежного залога. Все были в нарциссическом приступе риска и не смогли предвидеть чем это обернется. Как мы обсуждали в главе 3, нарциссическое мышление очень хорошо работает на растущем рынке, поскольку риски окупаются — банки получили много денег под ипотеку, а люди получили свои дома. Но нарциссизм по своей сути является нестабильной и краткосрочной стратегией. Когда дела пошли наперекосяк, крах был более масштабным, чем обычно, потому что риски были больше, а нарциссическое мышление оказалось совершенно ошибочным. Прощай, фантазия; здравствуй, реальность! Вкратце, это был 2008 год.

ПРИНЦИП УДОВОЛЬСТВИЯ

Как психологи, мы, авторы, много читали Фрейда, когда получали ученые степени. Сегодня Фрейда считают старой школой — он во многом ошибался. Тем не менее, Фрейд был одним из первых, кто говорил о многих очень полезных психологических принципах, таких как работа бессознательного. В некоторых из своих ранних работ Фрейд описывал психику как битву между инфантильными желаниями, которые он назвал *принципом удовольствия*, и требованиями взрослого мира, которые он назвал *принципом реальности*. Принцип удовольствия проявляется в снах, фантазиях и поведении, но необходимо учитывать требования реальности, если человек хочет функционировать и процветать в обществе. Фрейд не считал принцип реальности чем-то лучшим; скорее, это была просто реальность. Этому нужно было подчиниться. У кого-то может быть грандиозная фантастическая жизнь, но реальность просто не позволяет этим фантазиям воплотиться в реальность.

Писатель и сатирик Пи Джей О'Рурк с юмором отразил этот конфликт в описании Бога и Санта-Клауса. По легенде, если ты ведешь себя хорошо, Санта-Клаус покупает тебе игрушки. Но, видимо, все вокруг хорошие (потому что игрушки достаются всем), и у Санта-Клауса не очень высокая планка. Санта-Клаус так же вообще ничего не принимает взамен раздаваемых им подарков. С другой стороны, у Бога, особенно в версии Ветхого Завета, есть набор правил веры и поведения. Если вы не будете следовать им, вы будете страдать в жизни или гореть в аду. (Даже если вы не верите в Бога или загробную жизнь, вы можете видеть, что плохое или глупое поведение часто — может быть, недостаточно часто, но часто — наказывается и в земной жизни.) Бог и земная реальность не такие легки. Очевидно, что Санта-Клаус намного лучше Бога во всех отношениях. Разница, как отмечает О'Рурк, в том, что Санта-Клауса не существует.

То же самое относится и к принципу удовольствия. Было бы здорово, если бы мы могли жить как вечные дети, удовлетворяя все наши потребности и исполняя желания. К сожалению, этого не происходит и, что более важно, не может произойти.

Образ себя, который мы создаем, потворствуя принципу удовольствия, нереален, но это не мешает нам верить в него. В недавней рекламе ребенок водит гоночный автомобиль в форме «Хаммера». Все остальные гонщики вырываются вперед, но парень в искусственном «Хаммере» обманывает, выезжая на бездорожье, и впоследствии выигрывает гонку. Эта реклама пробуждает у зрителей принцип удовольствия, напоминая детскую мечту о победе над противниками в ралли на детских гоночных машинах. Однако попробуйте обмануть кого-то подобным образом в реальной жизни, и в конечном итоге вы будете публично унижены. Но в фэнтезийном мире такое поведение имеет смысл: вы выигрываете и не попадаетесь на мошенничество. Это подходящая реклама для такого автомобиля, как Hummer, чей огромный размер апеллирует к принципу удовольствия, а огромные счета за бензин отягощают реальность кошелька (и планеты).

Мы не говорим, что у людей не должно быть мечтаний и фантазий. Воображение чего-то — это первый шаг к тому, чтобы это произошло. Зачастую цели, которые мы воображаем, становятся теми, которых мы на самом деле достигаем, хотя обычно это происходит после большой тяжелой работы. Однако сегодня расстояние между фантазией и реальностью сократилось. Принцип реальности был отменен, по крайней мере временно, что позволило людям воплотить свои фантазии в реальность без особых усилий. Легкий кредит — это секретный эликсир, который делает это возможным.

НИНДЗЯ ИЗ МАКОСОБНЯКОВ¹

Если вы хотите водить BMW, вам больше не нужны деньги. Вы можете просто зайти в местный дилерский центр BMW и взять в аренду автомобиль за несколько сотен долларов в месяц, и даже оформить первый платеж на свою кредитную карту. Вместо того, чтобы зарабатывать богатство, люди сегодня могут брать в долг и просто притворяться перед собой и другими, что они его заработали. Нарциссизм связан с этим стремлением к материальным благам и образом жизни «победи Джонсов». Для нарциссов материальные блага, такие как часы Rolex, роскошный автомобиль и огромная кухня с гранитной столешницей, являются признаками статуса. К сожалению, этот тип материализма в конечном итоге саморазрушителен; люди, которые ценят богатство как самоцель (а не как результат достижения других жизненных целей), менее счастливы и более склонны к депрессии.

Как показал ипотечный кризис 2007–2008 годов, наибольший рост льготных кредитов произошел в сфере жилищной ипотеки. Раньше покупка дома была

¹ Термин McMansion (МакОсобняк) был придуман в 1980-х годах и использовался для описания плохо спроектированных, дорогих и больших домов, построенных застройщиками без участия архитектора. Название произошло от McDonald's, потому что дома часто производились массово, были сверхкрупными и строились из дешевых однородных материалов.

трудной задачей, требующей откладывать деньги на первоначальный взнос и убеждать банк, что у вас более чем достаточно денег, чтобы со временем погасить дом по 30-летнему кредиту с фиксированной процентной ставкой. Не так давно ипотека напоминала высказывание Генри Форда о модели Т: вы можете выбрать любой цвет, который захотите, при условии, что он будет черным. Теперь вы могли получить любую ипотеку, какую захотите, при условии, что она будет рассчитана на 30 лет. Ситуация изменилась за последние несколько десятилетий, когда с 2000 года набор кредитных продуктов стал еще более широким. Первоначальный взнос падал с 20% до 10%, с 10% до 0% или до наших любимых -2% (когда вы не только не платили первоначальный взнос, но сразу же получали наличные от дома, часто для покрытия расходов по кредиту). Многие ипотечные кредиторы выдавали ипотечные кредиты на сумму, большую, чем домовладелец мог себе позволить по традиционным расчетам. Когда в 2005 году Джин и ее муж собирались купить дом, ипотечный кредитор в Сан-Диего сказал ей, что одолжит ей любую сумму денег, с которой она «почувствует себя комфортно».

В романе «*Maxed Out*» Джеймс Скарлок рассказывает историю кассирши Home Depot, которая получила ипотечный кредит на квартиру стоимостью 400 000 долларов в Лос-Анджелесе, хотя ежемесячный платеж более чем вдвое превышал ее доход. Это был кредит с «заявленным доходом» (также известный как «кредит лжеца»), в котором «кассир Home Depot записывает любой доход, который, по словам моей подруги, банк должен видеть в ее заявлении (подмигивает, подмигивает), и оба брокер и банк обещают не проверять это (подталкивают, подталкивают)». До тех пор, пока в конце 2007 года ситуация не начала рушиться, люди могли получать кредиты с плохой кредитной историей, плохой документацией о доходах (кредиты без документов) или так называемые кредиты NINJA (без дохода, без работы, без активов – no income, no job, no assets). И банки, и покупатели жилья сделали нарциссическое предположение, что цены на жилье никогда не упадут, но даже если бы это было правдой, эти кредиты никогда не казались хорошей идеей. Как писали Энди Сервер и Аллан Слоан в журнале *Time* в сентябре 2008 года, банкиры жаловались: «Откуда мы могли знать, что люди, которые лгали о своих доходах и активах, откажутся от ипотечных кредитов на дома, в которых у них не было собственного капитала? Этого не было в нашей компьютерной модели». Но это был здравый смысл, если отступить от эпидемии самоуверенности.

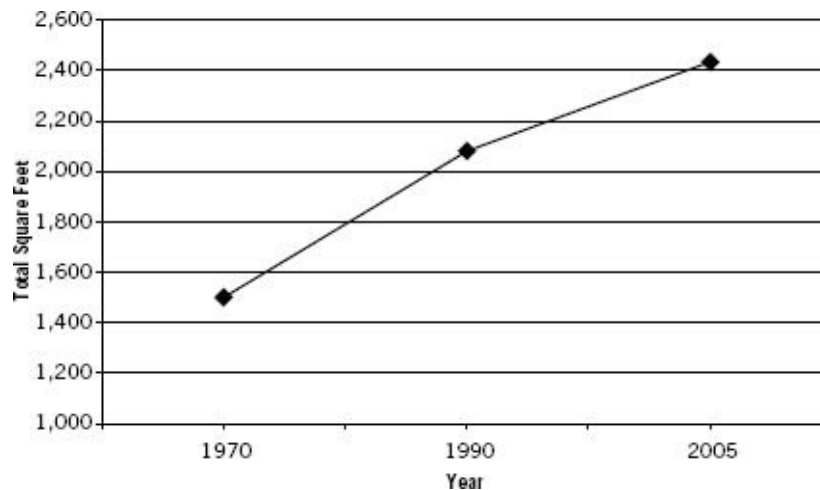
Многие потенциальные домовладельцы также брали рискованные, нестандартные кредиты. Кредиты с регулируемой процентной ставкой были обычным явлением: платите низкую процентную ставку в течение трех, пяти или семи лет, а затем ставка корректируется, обычно в сторону более высокой. Другие представляли собой кредиты только под проценты, позволяющие домовладельцам платить проценты, но фактически не оплачивали дом. Затем были по-настоящему пугающие кредиты с отрицательной амортизацией, по которым первоначальные платежи были

установлены очень низкими, но сумма вашей задолженности со временем фактически *увеличивалась*. В 2004 году муж Джин опросил 10 своих коллег по работе и обнаружил, что он единственный, у кого есть 30-летняя фиксированная ипотека. У всех остальных был регулируемый кредит или кредит только под проценты. Джин и ее муж чувствовали себя идиотами. В 2005 году почти половина новых ипотечных кредитов в Калифорнии выдавалась только под проценты, а средний первоначальный взнос упал с 20% до 3%. Джин и ее муж купили новый дом на пике рыночного спроса в конце 2005 года и были очень близки к получению ипотеки с выплатой только процентов. Это было бы катастрофой, поскольку в период с 2005 по 2008 год цены на жилье в их районе упали на 100 000 долларов. Другими словами, даже психологи, изучающие нарциссизм, не застрахованы от современного стремления к большому, комфортабельному дому, оплаченному причудливой ипотекой.

В Южной Калифорнии и на других рынках дорогого жилья люди, которые просто хотят купить дом, даже если это небольшая квартира, часто пользуются необычными кредитами. Но люди среднего класса также очень часто убеждены, что им необходимо иметь 3500 квадратных футов² и гранитные столешницы, чтобы использовать легкий кредит для достижения своих материальных мечтаний. Стандарты того, какие материальные блага считаются необходимыми для повседневной жизни, похоже, растут с каждым годом. Например, площадь новых домов на одну семью выросла с 1905 квадратных футов в 1990 году до 2227 в 2005 году. «Мои родители вырастили шестерых детей в доме площадью 1200 квадратных футов с 3 спальнями и только одной ванной», — пишет жительница Атланты Линда, 56 лет, в нашем онлайн-опросе. Сейчас, конечно, в большинстве пригородных домов есть как минимум две ванные комнаты, если не три или четыре, и многие семьи, имеющие всего двоих детей, сочтут 1200 квадратных футов слишком маленькими. Просто иметь дом недостаточно; это должен быть большой дом, желательно площадью более 2500 квадратных футов, достаточно большой, чтобы у каждого ребенка была собственная спальня и, возможно, даже ванная комната. По крайней мере, в большинстве семей среднего класса давно прошли те времена, когда дети делили комнату пополам, клея полосу скотча или кричали сестрам, чтобы те убрались из единственной ванной. Множество ванных комнат и хромированная сантехника — это здорово, но эпидемия нарциссизма убедила нас, что мы их заслуживаем, и прямо сейчас — а легкий кредит превратил то, что должно было остаться грандиозной детской фантазией, в реальность.

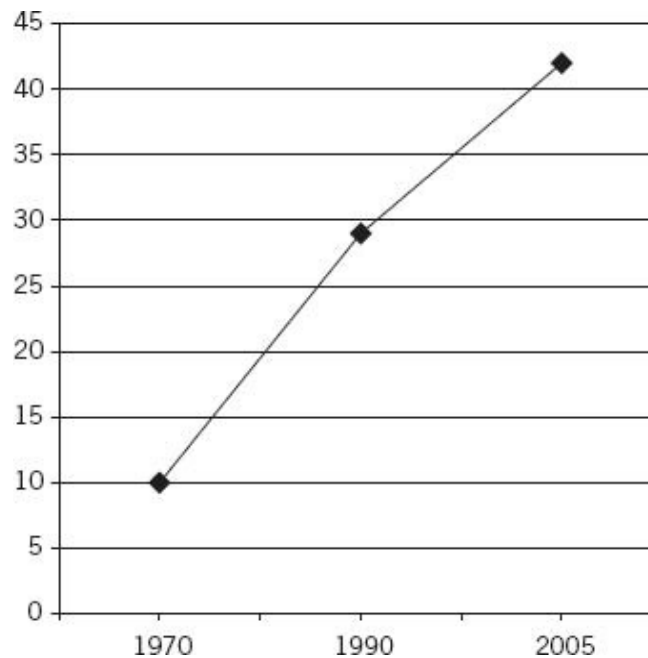
Данные Национальной ассоциации домостроителей показывают, что за последние 35 лет несмотря на то, что семьи стали меньше, размер домов увеличился на 66%.

Площадь домов в США



Источник: Национальная ассоциация домостроителей, <http://www.soflo.org/report/NAHBhousingfactsMarch2006.pdf> (просмотр онлайн 8 июня 2008 г.).

Процент домов в США площадью 2400 квадратных футов или больше



Источник: Национальная ассоциация домостроителей, <http://www.soflo.org/report/NAHBhousingfactsMarch2006.pdf> (просмотр онлайн 8 июня 2008 г.).

Кроме того, резко возросло количество возводимых больших домов. Число домов, площадь которых превышает 2400 квадратных футов, увеличилось *в четыре раза* с 1970 года. Сегодня почти половина всех построенных новых домов имеют площадь более 2400 квадратных футов.

Во многом эта тенденция подпитывается желанием создать больше комнат для индивидуальных задач отдельных членов семьи. Процент домов только с одной ванной комнатой упал с 52% в 1970 году до менее 5% сегодня. Напротив, количество домов с тремя и более ванными комнатами выросло с практически отсутствия в 1970 году до немногим более 25% домов сегодня.

В огромных МакОсобняках в верхней части спектра у детей есть отдельные игровые комнаты или медиа-комнаты, а также спальни и отдельные ваннны комнаты. В некоторых домах есть театры с многоярусными сиденьями для стадионов; во многих других есть главные спальни, которые на самом деле являются люксами. Кейт недавно побывал в новом доме друга и насчитал шесть комнат, составляющих главную спальню (сама спальня, ванная комната, две гардеробные, кабинет и тренажерный зал).

Тенденция строительства МакОсобняков вызвала некоторую негативную реакцию. Жить в большом доме звучит прекрасно, но некоторые люди думают, что это способствует возникновению чувства разобщенности между членами семьи и мучительному ощущению бездушности. Это также приводит к огромному количеству отходов. Осенью 2007 года большая часть юга США испытала сильнейшую засуху. Там, где живет Кит, в Афинах, штат Джорджия, несколько месяцев действовал полный запрет на использование воды вне дома. Тем не менее, в разгар этого кризиса один житель пригорода Атланты использовал 400 000 галлонов³ воды за месяц, что достаточно для 60 домов. Вода в основном использовалась для поддержания ландшафтного дизайна большого поместья.

Негативная реакция на МакОсобняк привела к тому, что некоторые люди захотели иметь дома меньшего размера, но не обязательно менее дорогие. Это движение, описанное в чрезвычайно популярной архитектурной книге *«Не такой большой дом»*, описывает, как размер можно обменять на хорошую архитектуру и очень качественную отделку. Другими словами, оно выступает за то, чтобы жить в маленьком доме, который стоит так же дорого, как и большой. Такой подход к жилищному строительству лучше для окружающей среды, лучше для соседей и, возможно, для души, но не обязательно лучше для долговой картины.

Если ваши поиски дома-монстра (или даже действительно милого дома поменьше) были вызваны ипотекой с оплатой только процентов, у вас возникнут проблемы, когда платеж поднимется вверх: вы не заплатили ни копейки основного долга за свой дом, вы не можете рефинансировать его, потому что стоимость упала, и становится все труднее позволить себе еду, которую можно поставить на эти великолепные, блестящие столешницы.

КАСКАДНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НАРЦИССИЧЕСКИХ РАСХОДОВ

Последствия легкого получения статуса и роскошной жизни распространяются на общество, затрагивая других, а не только нарциссического искателя статуса. Нарциссизм – это болезнь, которая заставляет страдать других.

Правительственная помощь в 2008 году является ярким примером этого. Банки и покупатели жилья пошли на нарциссический риск, и когда система рухнула, все последствия этого достались американским налогоплательщикам. Даже люди, которые ежемесячно погашают свои кредитные карты, имеют доступную ипотеку и мало рискуют, в конечном ито-

ге заплатят свою долю в миллиардах, а возможно, и триллионах налоговых долларов, которые потребуются для оплаты помощи таким фирмам, как Bear Stearns, Fannie Mae, Freddie Mac и AIG. Или, что более вероятно, это сделают их дети и внуки.

Мы не говорим, что нарциссизм несет всю ответственность за текущий финансовый кризис. Виновниками также были плохо разработанные финансовые модели и отсутствие надзора. Однако эпидемия нарциссизма заставила людей тратить сверх своих средств на обесценивание активов и создала культуру, которая принимала и даже поощряла быстрый заработок, продавая рискованные, спекулятивные финансовые продукты. Социальный нарциссизм – недостающий ингредиент для понимания финансового кризиса.

В недавней статье *Newsweek* Ева Конант рассказала, как ее дедушка, беженец времен Второй мировой войны, хранил в своем шкафу пластиковые пакеты с остатками хлебных корок. «А еще у меня в шкафу есть полиэтиленовые пакеты», — пишет Конант. «Но они наполнены красивой одеждой, которую я раздаю, потому что мой гардероб слишком полон». Конант, 36 лет, признает: «Мое поколение не знает, как быть бережливым. Как часто слова «экономный» или «бережливый» встречаются в разговоре, особенно в качестве комплимента? В этих словах чувствуется отдаленное звучание 1930-х годов». Экономить уже не круто.

Кредит и прочая ловкость рук также создают впечатление, что у других людей гораздо больше денег, чем у вас, даже если на самом деле они испытывают такие же трудности или даже больше. В своей книге «*Зеленые от зависти*» Шира Босс описывает встречу со своими новыми соседями: «Как они могли позволить себе свою квартиру? Ого! Они наняли кого-нибудь, чтобы он убирал их дом раз в неделю. Мне бы хотелось, чтобы мы могли себе это позволить. Босс утверждает, что сегодня это обычное явление, потому что деньги – это последнее табу. Невежливо об этом говорить, хотя об этом говорится во всем: от вашего дома до вашей одежды, вашей машины и вашего отпуска. Но невежливо спрашивать, сколько стоит ипотека или как именно можно себе это позволить. Люди прячут свои долги, но не свое имущество. Так что все выглядит легко — со стороны. Затем поднимается знак потери права выкупа.

Увеличение расходов, вызванное долгами, также может выйти за рамки стремления к статусу и оказаться в мире реальных болезней и патологий. Трата денег на материальные блага вызывает порыв и может стать зависимостью. Психолог Пол Роуз обнаружил, что нарциссы чаще становятся компульсивными покупателями, и это поведение теперь признано зависимостью. Эта зависимость от покупок была связана с материализмом, результатом нарциссизма. Пристрастие к покупкам также было связано с импульсивностью — чертой, которая, как и нарциссизм, предполагает предпочтение краткосрочных удовольствий в ущерб долгосрочным выгодам. В недавней рекламе MasterCard женщина, сделавшая педикюр

«должна» купить новые туфли, чтобы показать их, а затем «должна» надеть красное платье в тон туфлям. Рекламный ролик заканчивается слоганом нарциссической ловушки: «Жизнь в моменте: бесценно». Реклама была бы более правдивой, если бы в ней говорилось: «Платить 18% годовых за педикюр и новую обувь в течение 20 лет – очень, очень дорого».

Как и все зависимости, пристрастие к покупкам распространяется на других людей, сжигая не только личные ресурсы, но и семейные ресурсы. Супруг с пристрастием к покупке стильной одежды или дорогой электроники может обанкротить всю семью. Эти зависимости также приводят к затратам, выходящим за рамки финансовых. Зависимый отделяется от других, потому что притяжение зависимости важнее, чем теплые отношения. Доверие рушится, когда аддикт лжет раз за разом. По оценкам, 60 миллионов американцев пристрастились к покупкам, и многие семьи были разрушены навязчивыми тратами.

Без легкого кредита компульсивные расходы были бы значительно сокращены. Пьяный матрос в отпуске на берег может тратить только до тех пор, пока у него не закончатся деньги, а компульсивный транжира может тратить до тех пор, пока не иссякнет его кредит. В сегодняшней Америке кредитный колодезь глубок, и компульсивный транжира не остановится, пока полностью не уйдет под воду.

ДЯДЯ СЭМ ТОЖЕ ДЕЛАЕТ ЭТО

Как выяснилось, американский потребитель просто следует примеру правительства США, долг которого в настоящее время превышает 9 *триллионов долларов*, что составляет примерно 30 000 долларов на одного гражданина. И эта цифра была подсчитана *до того*, как правительство начало оказывать финансовую помощь финансовым компаниям в 2008 году, что прибавило где-то около 2 триллионов долларов. Упс, получится около 37 000 долларов на человека.

Дядя Сэм открыл киоск с бесплатными обедами. Избиратели получают бесплатные деньги в виде искусственно заниженных налогов, пособий по социальному обеспечению, которые платят больше, чем вкладывают, и кормушки казенных проектов, а люди, в свою очередь, снова и снова голосуют за политиков. Это равнозначно гигантскому отказу от принципа реальности, согласно которому мы все получаем то, что хотим. Теоретически никто за это платить не должен. Если не считать краткой отсрочки в конце второго срока Клинтона, правительство США тратило больше денег, чем получало каждый год на протяжении десятилетий. Почти 10% государственного долга — это выплата процентов по деньгам, которые правительство уже задолжало.

Около половины денег, которые мы потратили, чтобы влезть в этот огромный долг, поступили от наших друзей за рубежом. Китай и Япония, например, любезно предоставили США кредит в сумме около 1 триллиона долларов. Эти деньги они, в свою очередь, получили частично от продажи вашего нового телевизора с плоским экраном, скорее всего, китайского производства. Вы покупаете плоский экран, китайцы получают часть

денег, а затем одалживают их правительству США, которое выдает вам чек социального обеспечения или выплачивает проценты по деньгам, которые они заняли в прошлом году. В 2008 году, когда правительство еще больше погрязло в долгах, спасая финансовые фирмы, политики стали выглядеть героями. Конечно, это была иллюзия. Это те же самые политики, которые втянули нас в эту неразбериху (нет, подождите, это была другая партия!), и все деньги были взяты в долг. Реальность такова, что Соединенные Штаты разорены. Но, эй, у всех нас есть хорошие плоские экраны, и мы все еще можем винить кого-то другого в наших проблемах.

Федеральное правительство достигло невероятно высокого уровня в раздаче американцам чего-нибудь бесплатно. И граждане совершенно не заинтересованы в том, чтобы иметь дело с этой реальностью или брать на себя какую-либо ответственность за нее. Они хотят получить казенное и то, что принадлежит им по праву и вышвырнут из кабинета любого, кто встанет у них на пути. В краткосрочной перспективе все почувствуют себя хорошо: они получают бесплатные деньги и смогут восторгаться тем, какой богатой и процветающей страной является Америка. Однако в долгосрочной перспективе результаты вряд ли будут приятными. В этом смысле федеральный долг подобен питью «Кровавой Мэри», чтобы вылечить похмелье: он работает в краткосрочной перспективе, но не навсегда. Страна уже сталкивается с некоторыми последствиями: многие экономисты говорят, что доллар обесценился частично из-за нашего огромного государственного долга. В 2008 году доллар США достиг рекордно низкого уровня по отношению к евро и впервые с 1977 года примерно сравнялся с канадским.

ЧТО СДЕЛАЛИ БОГАТЫЕ ЛЮДИ, ЧТОБЫ ДОБИТЬСЯ ТАКОГО?

Если значительная часть страны – и федеральное правительство – живут фантазиями о том, что они богаты и тратят большие деньги, что делают настоящие богатые люди? Они тоже занимаются долговым разгулом? Не совсем. Секрет накопления активов заключается в создании чего-то ценного, например, делового или инвестиционного портфеля, или просто в сохранении дохода. Мультимиллионеры не добились этого, покупая iPod и BMW в кредит. Самые успешные люди заменяют немедленное желание выглядеть богатыми долгосрочной целью — действительно накопить богатство. Другими словами, они предпочитают следовать принципу реальности, а не принципу удовольствия.

Томас Стэнли и Уильям Данко, авторы книги *«Миллионер по соседству»*, первоначально полагали, что у миллионеров будут дорогие вкусы и привычки. Однако после некоторых исследований они выяснили, что это неправда. На одной из встреч с людьми с состоянием не менее 10 миллионов долларов авторы накрыли стол с изысканной едой и вином, которые, по их мнению, понравятся миллионерам. Но когда одному предложили бокал элитного вина, он категорически отказался. «Я пью два сорта пива», — сказал он. “Free и Budweiser!”

Одним словом, миллионеры, которых изучали Стэнли и Данко, были бережливыми. Многие ездили на подержанных автомобилях, тратили очень мало и откладывали большие суммы денег. Из семи ключевых факторов, выявленных Стэнли и Данко у миллионеров, по крайней мере два прямо противоречат нарциссизму. Во-первых, как обнаружили авторы, миллионеры живут значительно скромнее своих возможностей. Во-вторых, миллионеры «считают, что финансовая независимость важнее демонстрации высокого социального статуса». Таким образом, богатые люди, у которых брали интервью Стэнли и Данко, не гонялись за статусом, а вместо этого хотели достичь реального богатства и независимости. Наша нынешняя нарциссическая культура спрашивает: «Зачем быть богатым, если ты не можешь этим похвастаться?» Тем не менее, многие миллионеры говорили, что богатство дает им чувство свободы, чувство, которое намного перевешивает мимолетное удовольствие от того, что они *выглядят* богатыми.

Выводы, представленные в книге *«Миллионер по соседству»*, противоречат здравому смыслу. Американцы видят людей с модными автомобилями и одеждой и предполагают, что они, должно быть, богаты. На самом деле, часто правильнее предположить, что они в долгах. Кредитный кризис, парализовавший экономику в конце 2000-х годов, по своей сути является конфликтом между принципом удовольствия и принципом реальности. Нарциссизм действует по принципу удовольствия: он выглядит великолепно и получает то, что хочет, но в долгосрочной перспективе он вредит другим людям и даже самому себе. Напротив, принцип реальности не является кричащим или саморекламным, но он действительно ведет к реальному богатству. По крайней мере, до 2008 года большинство американцев жили по принципу нарциссического удовольствия. Упрощение и облегчение кредитования позволило им воплотить в жизнь грандиозные, материалистические фантазии — до тех пор, пока не наступил срок погашения долга.

Кредит сейчас ужесточился, по крайней мере, в отношении ипотечных кредитов, и это может привести к замедлению эпидемии нарциссизма. Но такие необычные ипотечные кредиты, как ипотечные кредиты, выплачиваемые только под проценты, большую часть времени приносят банкам деньги, так что они, вероятно, останутся здесь надолго. И получить кредитную карту по-прежнему довольно легко: дочери Кита (обе в возрасте до шести лет) постоянно получают предложения по кредитным картам. Когда дети пускают слюни на свои первые кредитные карты, пора начинать беспокоиться.

ГЛАВА 9

Черт, да я горяч! *Тщеславие*

Женщина в рекламе смеется, широко открыв рот и от восторга запрокидывая голову. Женский голос восклицает: «Не сдерживайся! Выразите себя, спросив своего врача о BOTOX Cosmetic! Это свобода самовыражения». Только в 2006 году инъекции ботокса делались 3,2 миллиона раз, что в 49 раз чаще, чем в 1997 году. Согласно веб-сайту Ботокса, процедура «снижает активность мышц, которые со временем вызывают образование морщин между бровями». Другими словами, после введения ботокса вы будете гораздо *меньше выражать себя*. Но это не останавливает рекламную кампанию, использующую эпидемию нарциссизма, обещая как индивидуалистическую ценность самовыражения, так и физический идеал тщеславия – выглядеть моложе. На самом деле вы не можете иметь и то и другое одновременно, но люди хотят и того и другого, так что это им и обещано.

Растущая одержимость американцев внешним видом является явным симптомом нарциссической культуры, влюбленной в свое собственное отражение. В соответствии с греческим мифом, нарциссы верят, что они более привлекательны, чем другие люди (хотя объективно это не так). Студенты-нарциссы публикуют на Facebook более сексуальные фотографии, чем более скромные студенты. Можно догадаться, что кто-то может быть нарциссом, просто взглянув на него или увидев его фотографию. Увлекательное исследование Симине Вазир и ее коллеги обнаружили, что нарциссы чаще носят дорогую, привлекающую внимание одежду. Женщины-нарциссы носят больше макияжа и демонстрируют больше декольте, а нарциссы обоих полов с большей вероятностью будут выглядеть «на стиле», что требует большой подготовки и времени. Другими словами, нарциссы используют свою внешность как способ добиться статуса и внимания со стороны других.

В своей знаменитой песне «You're So Vain» Карли Саймон поет: «Ты следил за зеркалом, разглядывая себя». Нарциссы любят смотреть себя на видеозаписи и сообщают, что обретают уверенность в себе, глядя на свое отражение в зеркале. Опросник нарциссической личности содержит такие пункты, как «Мне нравится смотреть на себя в зеркало», «Я расстраиваюсь, когда люди не замечают, как я выгляжу, когда выхожу на публику» и «Мне нравится демонстрировать свое тело». Тщеславие кажется безобидным, и часто так оно и есть, но часто тщеславие сочетается с эгоцентризмом, являющимся причиной многих негативных форм поведения, связанных с нарциссизмом. Студентка колледжа Аманда Нокс, обвиняемая в убийстве своей соседки по комнате, записала в своем тюремном дневнике: «Когда у меня есть час свободного времени, я сижу лицом на солнце, чтобы загореть».

Я получаю письма от сокамерников и поклонников, в которых говорится, что я красотка и они хотят заняться со мной сексом».

Мы не говорим, что каждый, кто делает пластическую операцию или ботокс, носит дорогую одежду или демонстрирует декольте, нарциссичен. Эпидемия нарциссизма сделала эти средства для улучшения внешности не просто более приемлемыми, но в некоторых районах почти ожидаемыми. Как и в случае с другими аспектами эпидемии, эта тенденция была начата нарциссическими людьми, а затем безжалостно втянула в себя менее эгоцентричных людей. Проще говоря, стандарты изменились. Несколько десятилетий назад мать, у которой был какой-то дряблый живот, была нормальной. Выглядеть зрелой после достижения определенного возраста (тогда около 40, даже 30) было в порядке вещей. Теперь 40- и даже 50-летние женщины носят бикини и майки – по крайней мере, знаменитости, а в современной культуре это означает, что остальные из нас стремятся к этому. Но если вам приходится втягивать животик, вы пойдете под нож. Или вы отказываетесь от операции, носите рубашку с открытым животом и позволяете всему этому болтаться, демонстрируя другую сторону нарциссизма – полное невнимание к тому, как вы на самом деле выглядите в глазах других («Я выгляжу очень горячо!»).

Красота всегда была добродетелью, но в последнее время стремление к ней вышло на новый уровень. Возник новый стандарт тщеславия, где мало быть красивой; тебе должно быть жарко. Певица Аврил Лавин это прекрасно знает: она появилась топлесс на обложке журнала под желтым баннером с надписью «Черт, да, я горяча!» Существует даже популярный сайт hotornot.com, куда люди загружают свои изображения, чтобы их оценили незнакомцы. Оценки выставляются по 10-балльной шкале (10 — «горячо», 1 — «нет»). По данным сайта, за оценку сексуальности людей было отдано 12 миллиардов голосов.

Пэрис Хилтон, одна из пропагандисток того, что быть «горячей» является высшей добродетелью, является примером нового тщеславия. Когда в 2004 году у Пэрис украли сотовый телефон, на нем была фотография за фотографией... самой себя. Над диваном в своем голливудском доме Пэрис повесила свою большую фотографию. А почему бы и нет, учитывая, сколько времени и денег она потратила на свою внешность? Пэрис регулярно наносит автозагар, наращивает волосы, отбеливает зубы и даже носит голубые контактные линзы на карих глазах — все это последние инновации в науке о том, как хорошо выглядеть. «Один из моих героев — Барби», — говорит Пэрис. «Может быть, она ничего и не делает, но при этом всегда выглядит великолепно».

В ПОИСКЕ ГОРЯЧЕГО

Гораздо больше людей делают гораздо больше вещей во имя того, чтобы выглядеть сексуально. Даже у тех, кто не ложится под нож (или ботулотерапию), улучшение внешности находится на подъеме. Еще совсем недавно, в 1990-х годах, никого не волновало, были ли ваши зубы немного желтыми. Это явный признак того, что вы позволили себе расслабиться или

не можете позволить себе отбеливание зубов у стоматолога (или хотя бы Crest Whitestrips – линейку средств для отбеливания зубов от P&G). В 90-е годы покупатели зубной пасты беспокоились о накоплении зубного камня и повреждении десен; в 2000-е годы мы беспокоимся о том, достаточно ли белые наши зубы.

Хотя ваши зубы должны быть белыми, ваша кожа не должна быть такой. Солярии популярны, и родители беспокоятся о том, что подростки будут использовать их слишком часто. Автозагары, практически неизвестные десять лет назад (отчасти потому, что когда-то они делали вас оранжевыми), приобрели популярность, позволяя вам получить естественный загар с помощью распыляемого пигмента. И, прежде чем наносить автозагар, убедитесь, что волосы на вашем теле идеальны, особенно брови. Судя по всему, все началось с Элизы Петреску, которая называет себя «оригинальным архихудожником». Согласно ее веб-сайту, Элиза «внесла укладку бровей в карту красоты, превратив ее в ритуал ухода, который не является тенденцией, а является обязательным условием как для мужчин, так и для женщин». Всего за 120 долларов Элиза создаст идеальный вид для ваших бровей. Точно так же, как отбеливание зубов, широко распространилось оформление бровей: это делают знаменитости, затем это делает ваш начальник, ваши дети захотят это сделать, а затем вы захотите это сделать, чтобы не выглядеть как неандерталец. Следующее, что мы знаем, «архихудожник» появится на «Улице Сезам», и мы больше никогда не узнаем Берта.

Двадцать лет назад большинство американцев думали, что спа — это большая круглая ванна с горячей водой и пузырьками. Сейчас стало обычным проводить «спа-день» в месте, где вас могут побаловать педикюром, маникюром, грязевыми обертываниями, массажем, йогой и даже косметическими процедурами, такими как ботокс. С 1997 года количество спа-центров удвоилось, а количество посещений спа-центров утроилось. Все больше отелей и курортов предлагают спа-процедуры, а спектр их услуг продолжает расширяться.

Многие из этих улучшающих физическую красоту всегда были довольно распространены в Голливуде и среди актеров, но стандарты, которые когда-то существовали только в Warner Bros., распространились и на остальную часть населения. Продукт для похудения обещает: «Выглядите как голливудская звезда с системой Wu-Yi!» Многие из респондентов нашего опроса отметили, как изменились стандарты со времен поколения их родителей. «Я чувствую большее давление, чем когда-либо, чтобы улучшить свою внешность», — сказала 35-летняя Дженнифер из Талсы, Оклахома. «Я крашу волосы, а также навожу брови воском. Моя мать НИКОГДА не делала ничего из этого, и ее всегда очень принимали в обществе и даже ею восхищались. Окрашивание волос и эпиляция — это две практики, которые сейчас стали мейнстримом и «необходимы», чтобы просто соответствовать социальным стандартам».

Некоторые из этих стандартов подразумевают продолжающуюся омоложение нашей культуры. Не так давно выглядеть старше, особенно для мужчин,

считалось благородным и респектабельным. Иметь седые волосы было нормально. То же самое касается волос на теле. В 1970-е годы волосы на мужском теле считались привлекательными – вспомните Берта Рейнольдса. Это был признак мужественности: у мужчин волосы на груди есть, у мальчиков нет. Этого больше нет теперь, когда все – от 10 до 50 лет – хотят выглядеть подростками или людьми двадцати с чем-то. Молодые девушки стремятся стать подростками гораздо раньше; многие третьеклассники теперь красятся, делают профессиональный педикюр и устраивают сеансы макияжа на свои дни рождения. Некоторые двенадцатилетние используют автозагар и воск для бровей. Не случайно подростковый возраст, период жизни, которому сейчас стремятся подражать люди многих возрастов, является также пиком нарциссизма и пиковым временем концентрации на своей внешности.

Возможно, из-за ориентации на молодость, демонстрация тела стала гораздо более распространенной. Еще в середине 90-х годов среди женщин было модно носить большие блузки и пышные платья с завышенной талией. Теперь более стильно носить брюки, достаточно низкие, чтобы показать обязательные стринги, и рубашку, с достаточно низким вырезом, чтобы было видно декольте. Школьные выпускные платья, когда-то пышные, пастельные, теперь узкие и без бретелек, и многие из них имеют глубокие лифы или разрезы в ткани, чтобы показать живот. Недавно Джин смотрела на DVD эпизод «Детективного агентства Лунный свет» 1988 года и была удивлена, увидев, что стерва, которую персонаж Брюса Уиллиса цепляет в баре, несомненно, привлекательна, но одета в наряд с высоким воротом, закрывающий все ее тело с головы до пят. Джин не должна была так удивляться; ее собственное выпускное платье в 1989 году напоминало мятно-зеленый шатер.

Теперь нет оправданий тому, чтобы не показывать кожу. «Больше неприемлемо говорить: «У меня родился ребенок, я набрала десять фунтов, и что?», — написала 27-летняя Эмили в нашем опросе. «Все эти знаменитости рожают детей и через две недели снова выглядят анорексичными». Пролистните страницы *People*, *Us Weekly* или *Life & Style*, и вы поймете, что имеет в виду Эмили. Почти в каждом журнале есть статья «Тело после ребенка», в которой подчеркивается хорошая генетика (или хороший личный тренер), с очевидным намеком на то, что вы тоже должны иметь возможность носить бикини и выглядеть идеально в тонусе, держа в руках четырехмесячного ребенка. Женщины теперь стремятся стать MILF. (Это означает «мамаша, которую я хотел бы трахнуть». Современная эпоха — очень прямолинейна.) Когда Тори Спеллинг услышала, что, возможно, выйдет продолжение *Бeverly Hills, 90210*, она сказала: «Они должны мне позволить. Каждой подростковой драме нужна милфа, верно?» Один блогер ответил на ее комментарий, написав: «Есть такое слово «достоинство», люди. Попробуйте почувствовать его в чем-то, кроме факта, что после родов вы останетесь трахабельной в глазах похотливых парней, пристрастившихся к телевидению и, вероятно, готовых трахать что угодно».

Демонстрация подтянутого живота сейчас популярна, и все это под лозунгом «Если он у тебя есть, выставь его напоказ». Выставлять напоказ это правильно. Студенты штата Сан-Диего, где преподает Джин, каждый год в конце осеннего семестра участвуют в «Undie Run» (в целях благотворительности... но тем не менее...). На фотографиях с мероприятия 2007 года, размещенных на общедоступном веб-сайте, видно множество хорошо подтянутых тел студентов, позирующих перед камерой, включая трех молодых женщин в трусах с надписью «Сделай мое фото» сзади. На снимке они стоят булочками к камере, показывая на лозунг.

Студенты колледжа в нижнем белье кажутся занудами по сравнению с тем, что сейчас происходит в старшей школе. Опрос 2008 года показал, что одна из четырех девочек-подростков отправила свою обнаженную или почти обнаженную фотографию через Интернет или мобильный телефон. Эти изображения, иногда предназначенные для одного человека, часто в конечном итоге распространяются среди сотен других подростков.

Одной из темных сторон культурного акцента на внешности является рост числа расстройств пищевого поведения. Многие люди с расстройствами пищевого поведения страдают «уязвимым» подтипом нарциссизма, который часто сопровождается тревогой и депрессией. Сочетание самолюбования с социальным давлением, направленным на то, чтобы выглядеть физически привлекательным (и то, и другое присутствует в нынешнем культурном климате), является рецептом возникновения расстройств пищевого поведения.

В некоторых случаях тщеславие приобретает еще более нарциссический оттенок соперничества, что, возможно, лучше всего иллюстрирует популярная хип-хоп песня, в которой спрашивается: «Разве ты не хотел бы, чтобы твоя девушка была такой же горячей, как я?» Старшеклассницы в некоторых сообществах теперь «флиртуют» с парнями, которые им нравятся, отправляя им свои обнаженные фотографии. В Колумбусе, штат Огайо, одна девушка отправила такую фотографию, а потом позвонила парню и спросила: «Я лучше твоей девушки?» Как мы увидим в главе 13, посвященной отношениям, такое поведение вряд ли приведет к стабильным, эмоционально близким отношениям (хотя оно, безусловно, может привести к кратковременному знакомству). В большинстве случаев целью тщеславия являются не долгосрочные отношения, а привлечение внимания как можно большего числа людей.

Мужчины тоже не свободны от новых высоких стандартов внешнего вида. Мужчинам сейчас важно иметь «четкую» грудь с «шести кубиками» пресса. Времена изменились: Понча (звезду *CHiPs* начала 80-х) считали красавчиком, даже несмотря на то, что у него не было накачанного пресса. А у метросексуалов он есть, плюс к тому, они знают, что такое увлажняющий крем. Еще до появления феномена «Натурал глазами гея» уход за собой становился для мужчин все более важным. Средства по уходу за мужской кожей являются одним из наиболее быстрорастущих сегментов

в многомиллиардной индустрии ухода за собой: только в 2005 году продажи выросли почти на 50%. Это особенно актуально для молодого поколения, которое «натирает свое тело воском, занимается спортом, укладывает волосы и ходит в солярии чаще, чем их предшественники», — говорит Эдина Султаник-Сильвер, владелица компании по связям с общественностью мужской моды. Почему они это делают? «Потому что они выросли на MTV, в Интернете и реалити-шоу. Каждая минута их жизни — это фотосет, поэтому они всегда хотят быть готовыми к своим 15 минутам славы», — объясняет она.

В еще большей степени это относится к женщинам. Неслучайно Эбби, 25-летняя девушка, рассказавшая свою историю в документальном фильме Lifetime TV, имеет долг более 30 000 долларов, отчасти потому, что ей «нужно» делать маникюр, профессиональную окраску волос и лучшую одежду. Когда она ходила по магазинам с другом, они описывали одежду как «образ Дженнифер Энистон» или «Я видела это в журнале, где их носила Джессика Альба». Как будто папарацци могли сфотографировать их в любой момент. И когда они это делают — даже если папарацци — всего лишь ваши близкие — важно хорошо выглядеть. После того, как 31-летняя Мелисса родила своего первого ребенка, она отправила своим беременным подругам свои «советы» для больницы, в том числе заранее приготовить расческу и макияж, чтобы можно было закончить прихорашиваться перед тем, как тужиться. Зачем? Так вы будете выглядеть гламурнее на фотографиях, где вы с ребенком после рождения.

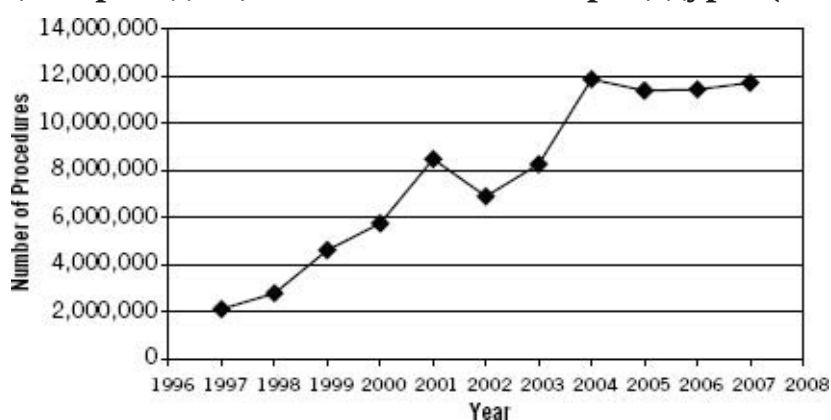
ПОД НОЖОМ: ПЛАСТИЧЕСКАЯ ХИРУРГИЯ КАК НОРМА

Если после того, как были сделаны эти потрясающие фотографии после родов, ваш живот не восстановился, просто сделайте операцию. «Преображение мамы» — подтяжка груди, подтяжка живота и увеличение груди после рождения нескольких детей — становится растущей тенденцией: в 2006 году эти операции перенесли 325 000 женщин в возрасте от 20 до 39 лет. «Все, кого я знаю, говорят, что они корректировали грудь после рождения детей, но я не знаю никого из поколения моей мамы, кто бы так делал!» — говорит 27-летняя Кэти из Денвера.

Объяснение детям пластической хирургии сейчас стало такой распространенной дилеммой, что пластический хирург Майкл Салцхауэр в 2008 году опубликовал книгу *«Моя прекрасная мамочка»*, рассказывающую детям, что происходит, когда мама делает операцию на носу, увеличивает грудь или подтягивает живот. На обложке изображена худощавая, но с большой грудью молодая мать в рубашке, обнажающей ее подтянутый живот, в окружении волшебной пыли, звезд и бабочек. Ее маленькая девочка стоит на цыпочках рядом с ней, широко раскинув руки в восхищении, держит своего плюшевого мишку в одной крошечной руке и широко улыбается матери с радостным выражением лица, как бы говоря: «Я так горжусь плоским животиком моей мамы!» Внутри книги мы видим, как мать посещает врача (все подробности, которые слышит девочка — только «Бла, бла, бла»), а затем отдыхает в постели с повязками на носу и животе. В конце концов, маленькая девочка, конечно же, в восторге от «более красивого» носа своей матери и

от того, что она «чувствует себя лучше». В тексте нет упоминания о грудных имплантатах, но иллюстрации «после» намеренно показывают маму с более полной и высокой грудью.

Американцы, проходящие косметические процедуры (1997–2007 гг.)

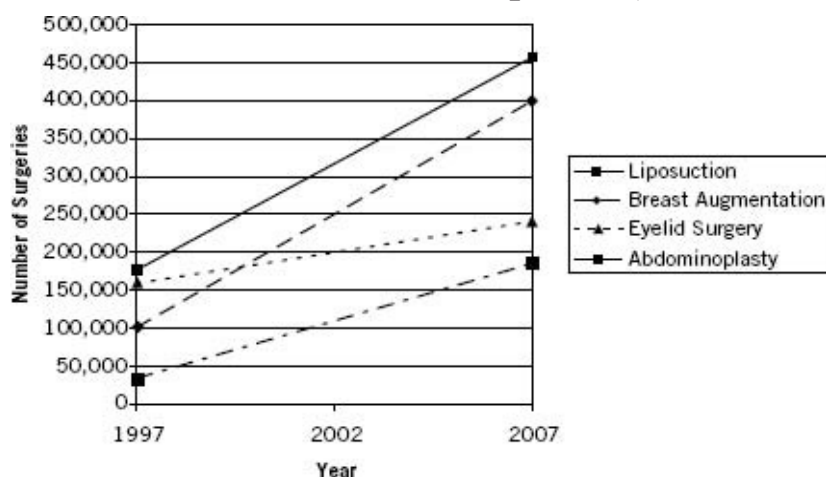


Источник: Американское общество эстетической пластической хирургии, Статистика Национального банка данных косметической хирургии, 1997–2007 гг., <http://www.surgery.org/press/statistics-2007.php> (просмотр онлайн 18 сентября 2008 г.).

Пластическая хирургия, бывшая когда-то прерогативой женщин определенного возраста, живущих на Манхэттене или в Голливуде, стала более молодой и популярной. Число операций по увеличению груди, выполненных американским подросткам, увеличилось на 55% всего за один год с 2006 по 2007 год. В целом, около 11,7 миллионов человек в Соединенных Штатах прошли косметические операции и процедуры в 2007 году, что на 8% больше, чем в 2006 году, и более чем на 8%. В 5 раз больше, чем в 1997 году. Ботокс был самой распространенной процедурой, на которую приходится большая часть роста (только 65 157 человек получили ботокс в 1997 году по сравнению с 42 раза больше - 2,8 миллиона - в 2007 году). «Я колол ботокс. Все колют!» утверждает актер Дэвид Хассельхофф.

Инвазивные операции также становятся все более популярными. В 2007 году операцию по увеличению груди сделали в четыре раза больше женщин (почти 400 000), чем в 1997 году, и более чем в два раза больше женщин сделали липосакцию (почти полмиллиона). Частично этот рост можно объяснить старением поколения бэби-бума, но молодые люди, похоже, подхватывают пластическую хирургию гораздо раньше и гораздо больше одобряют эту практику. Опрос 2008 года показал, что 69% людей в возрасте от 18 до 24 лет одобряют косметические операции. Среди людей старше 65 лет, напротив, одобрил только 41%. Все более молодые голливудские звезды заявляют, что пластическая хирургия является для них способом продлить свою карьеру. «О, я определенно верю в пластическую хирургию. Я не хочу быть старой ведьмой. В этом нет никакого веселья», — сказала Скарлетт Йоханссон. На тот момент ей был 21 год.

Количество косметических операций (1997–2007 гг.)



Источник: Американское общество эстетической пластической хирургии, Статистика Национального банка данных косметической хирургии, 1997–2007 гг., <http://www.surgery.org/press/statistics-2007.php> (просмотр онлайн 18 сентября 2008 г.).

«Это логично, что молодые люди больше всего одобряют пластическую хирургию», — сказал доктор Фoad Нахай, президент Американского общества эстетической пластической хирургии. «Двадцать лет назад люди думали, что пластические операции делают только кинозвезды и богатые женщины. Теперь люди растут, зная друзей и родственников, которые открыто рассказывают о процедурах пластической хирургии, которые они пережили или планируют сделать в будущем». Изменились и причины хирургического вмешательства: не так давно пластическую хирургию использовали в первую очередь для того, чтобы помочь людям с врожденными пороками развития, ожогами или травмами лица выглядеть как все, а не для того, чтобы помочь им выглядеть лучше других или выглядеть моложе.

Как объяснила *New York Times* в статье под названием «Это ботокс для вас, дорогие подружки невесты», некоторые невесты теперь просят своих сопровождающих сделать косметические процедуры по уходу за кожей. Косметический хирург из Беверли-Хиллз говорит, что его бизнес вырос на 40% с тех пор, как он начал предлагать «шведский стол для свадебной красоты» в 2006 году. Уильям Ф. Хитон III, президент выставки Great Bridal Expo Group, говорит, что всего за пять лет популярность стенов пластических хирургов, дерматологов, и отбеливания зубов выросла с почти нулевого уровня до очень высокого. Подруга Бекки Ли попросила ее и еще пять подружек невесты сделать операцию по увеличению груди — хирург даже был готов предложить «групповой тариф». Она сказала нет.

В некоторых кругах улучшенные части кузова имеют характер дорогого предмета роскоши. Автор «*Beauty Junkies*» Алекс Кучински однажды вечером увидел в балете знакомую, которая тут же распахнула блузку, чтобы показать под кружевным бюстгалтером результаты операции, проведенной доктором

Дэвидом Идальго. «Дорогой, — сказала она, — ты только посмотри на мои Идальго! Я получила их две недели назад!»

Многие люди, которые не могут позволить себе такие «Идальго», также делают операцию по улучшению внешности. Подавляющее большинство людей, интересующихся пластической хирургией, зарабатывают менее шестидесяти тысяч долларов в год. В июне 2008 года журнал *People* описал почтового работника, солдата, ассистента стоматолога и полицейского, которые легли под нож, потратив от 5500 до 15 200 долларов на грудные имплантаты и подтяжку шеи. Почтовая работница оформила на свою кредитную карту счет в 7000 долларов за подтяжку живота под 9,9%.

Телевизионные шоу сделали пластическую хирургию крутой. MTV В фильме «Я хочу знаменитое лицо» рассказывается о молодых людях, которые делают пластическую операцию, чтобы походить на свою любимую знаменитость. На веб-сайте шоу поясняется: «Я хочу знаменитое лицо» возвращается, чтобы проследить за трансформацией двенадцати молодых людей, которые решили использовать пластическую хирургию, чтобы выглядеть как их кумиры-знаменитости. Будь то девушки, мечтающие быть похожей на Памелу Андерсон или на Джанет Джексон, их цель — не просто выглядеть по-другому, но выглядеть в точности как их любимые звезды». Например, двадцатилетние близнецы Мэтт и Майк хотели быть похожими на Брэда Питта, чтобы стать известными актерами. (Как это часто бывает, переплетаются несколько симптомов нашей нарциссической культуры. Здесь тщеславие встречается со стремлением к славе и известности, с добавлением дозы самолюбования: онлайн-видеокалип из этого эпизода озаглавлен: «Ребята обретают уверенность в себе». «Экстремальное преобразование» превращало людей в красивые подобию бывших себя с помощью имплантатов на подбородке, виниров, подтяжки живота и увеличения груди, а также с помощью более традиционных элементов макияжа, таких как новые прически, макияж и дорогая одежда. В аналогичном шоу «Лебедь» использовалась обширная пластическая хирургия, чтобы превратить людей в их идеальную физическую сущность. А если вы все еще ищете способ исправить реальность с помощью пластической хирургии, всегда есть Доктор 90210 .

Эти шоу выходят за рамки развлечения — очевидно, они повлияли на многих людей, которые приходят в кабинеты пластических хирургов. Исследование, опубликованное в медицинском журнале «Пластическая и реконструктивная хирургия», показало, что невероятные 4 из 5 пациентов пластической хирургии сообщили, что телевизионные шоу побудили их обратиться за косметической операцией. Те, кто смотрел эти шоу регулярно, чувствовали себя более осведомленными о косметической хирургии и считали, что эти шоу реалистично изображают, что такое пластическая хирургия.

Опрос 2008 года показал, что 79% американцев говорят, что они не были бы смущены, если бы другие люди узнали, что они сделали пластическую

операцию. Одна из трех женщин сказала, что думает о косметической операции, как и каждый пятый мужчина. «Нет сомнений в том, что многие американцы чувствуют большее давление, чтобы выглядеть идеально», — сказал один пластический хирург. «Конечно, упор делается на молодость и... самосовершенствование. Для некоторых это новый костюм или макияж. Пластическая хирургия является лишь продолжением этого. Это еще один вариант».

Недавнее объявление в популярном журнале невозмутимо гласит : «Вы знаете это чувство, когда находите идеальную пару. И мы говорим не об обуви». Далее в нем подробно описывается «Коллекция для увеличения груди Natrelle», в которую входят как силиконы, так и солевые растворы, «чтобы вы и ваш хирург могли выбрать». В другой рекламе изображены три женщины и один мужчина, все в идеальной форме и одеты только в откровенные купальники. У двух женщин на коже черным цветом нарисованы пунктирные линии, стрелки и буквы X, что указывает на то, что им предстоит пластическая операция (в том числе пунктирные линии вокруг и без того слишком упругой груди одной женщины, возможно, уже увеличенной хирургическим путем). «Долго и счастливо... а что потом?» — спрашивает реклама «Эквинокс» — не клиники пластической хирургии, а фитнес-клуба. В рекламе считается само собой разумеющимся, что большинство людей узнают пунктирные линии на женской коже и придут к выводу, что фитнес-клуб может быть дешевле, хотя и требует больше усилий для достижения тех же результатов (ну, за исключением искусственной груди).

Пластическая хирургия становится все более распространенной среди этнических меньшинств в Соединенных Штатах. В 2007 году более чем в три раза больше американцев азиатского происхождения сделали пластические операции, чем в 2000 году, в первую очередь пластику век, пластику носа и увеличение груди. В два раза больше афроамериканцев сделали операцию, чаще всего пластику носа, липосакцию и уменьшение груди. Число операций среди американцев латиноамериканского происхождения почти утроилось, обычно по увеличению груди, пластике носа и липосакции. Хотя многие из этих процедур распространены и среди белых, цифры показывают, что меньшинства отдают предпочтение белому идеалу красоты, а азиаты хотят изменить веки и покрасить носы. Рост количества пластических операций в период с 2006 по 2007 год среди меньшинств был в два раза выше, чем среди белых.

Все больше и больше мужчин также идут под нож или делают инъекции ботокса. Число косметических операций и процедур, выполненных мужчинам, увеличилось на 17% всего за один год в период с 2006 по 2007 год. Почти в 10 раз больше мужчин прошли неинвазивные процедуры, такие как ботокс, в 2007 году по сравнению с 1997 годом. «Сейчас бумеры достигли возраста, когда изменения уже значительны, и пластическая хирургия пользуется большим признанием», — говорит д-р Майкл МакГуайр, вице-президент Американского общества пластических хирургов, который так-

же отметил, что его пациенты теперь на 20% составляют мужчины, что вдвое больше, чем несколько лет назад. Теперь мужчины не чувствуют необходимости оправдываться. «Я не могу отрицать, что я немного тщеславен», — сказал Стивен Голдгрэм, которому сделали подтяжку лица и пластику носа. «Я просто хотел выглядеть лучше».

Теперь домашним животным можно сделать косметическую операцию. Собаке Тыкке сделали липосакцию, а Боде - подтяжку лица («У меня были морщинки и складочки», - объяснила ее хозяйка, указывая на свое собственное лицо). Некоторым собакам даже уменьшают грудь. Самая популярная операция — это установка ложных яичек (так называемых «нейтикулов») в мошонку кастрированного кобеля. Собака не особо понимает разницу, но владельцам идея нравится. Репортер, освещавший эту историю, спросил: «Есть ли какие-то пределы феномену косметической хирургии, или мы все просто сошли с ума?»

ПРИЧИНЫ ЗА НОВЫМ ТЩЕСЛАВИЕМ

Почему растет одержимость внешностью? Большая часть сегодняшнего стремления к физической красоте проистекает из самолюбования. Для нарциссических людей красивая внешность — это всего лишь еще один способ привлечь внимание, статус и популярность. Идеально белые зубы, роскошные волосы, новая спортивная машина или привлекательная девушка — все это выполняет одну и ту же психологическую функцию, заставляя других думать, что вы крутой, особенный, популярный или важный. Желание казаться привлекательным становится очевидным, если сравнить объективные фотографии нарциссов с фотографиями, которые они выставляют на публику: нарциссы с большей вероятностью выберут лестную фотографию себя. Мы все делали это в какой-то момент. Однажды Кит сделал фотографию для своей веб-страницы, в которой было использовано стратегическое использование тени, чтобы скрыть его двойной подбородок и бледную кожу, синий свет, сияющий сбоку, заставлял его выглядеть так, будто он на канале Discovery рассказывает об экстрасенсорном восприятии пришельцев, и куча изображений мозга на экране компьютера, чтобы он выглядел умным — гладкая фотография, но не совсем репрезентативная.

Многие люди в поисках «самоуважения» используют нарциссическое тщеславие. Возможно, из-за желания выглядеть загорелым, уровень заболеваемости раком кожи среди женщин в возрасте от 15 до 34 лет за последнее десятилетие подскочил на 20%. Тем не менее, спросите молодых женщин, почему они до сих пор загорают, и ответ 18-летней Джеки Харрис типичен: «Это заставляет меня чувствовать себя лучше. Сейчас мысль о раке кожи меня не беспокоит». Многие люди называют «самооценку» или какой-то вариант самолюбования причиной операции (хотя многое из того, что в нашей культуре считается самооценкой, на самом деле является нарциссизмом). В этом мировоззрении самолюбование стоит риска рака кожи или хирургических осложнений. Как пишет Кучински: «Термин самооценка — это мантра, которую повторяют, подобно йоге», в реалити-шоу о пласти-

ческой хирургии. Один мужчина, перенесший подтяжку шеи и операцию на веках, объяснил: «Я хочу чувствовать себя лучше».

Таким рассуждениям учатся с раннего возраста. Веб-сайт для подростков, рассматривающих возможность пластической хирургии, советует: «Спросите себя, рассматриваете ли вы пластическую операцию, потому что хотите ее для себя или для того, чтобы доставить удовольствие кому-то другому». На сайте подразумевается, что если вы хотите это для себя, то все в порядке. Это тоже философия Эшли Симпсон. После того, как певица сделала пластику носа в 2006 году, она высказала мнение, что пластическая операция «должна быть для себя». Статья под названием «От серого к потрясающему!» Журнал *People* также пропагандировал эту философию, показав фотографию измученной на вид женщины с подписью: «Недостаток ухода за вашими волосами отражает отсутствие у вас любви к себе».

Сайт Экстремального преобразования собрал все это воедино. «Носить правильную одежду — значит... владеть чем-то и превращать это в то, что вы есть. Речь идет об отношении. Просто посмотрите на знаменитостей на красной дорожке... Это их чистая уверенность, за которую вы действительно хотите ухватиться, потому что эта уверенность превращает вас в звезду.... Звезды не выставляют себя на всеобщее обозрение, если им не удастся привлечь внимание аудитории, и это происходит даже в выходные дни. В самом невзрачном виде они по-прежнему подобны звездам. Аплодисменты, лесть и их позиция «вот-она-я» формируют их стиль, их личность и то, как они выражают себя в одежде».

Мэтт и Майк, близнецы, которые участвовали в программе MTV «Я хочу знаменитое лицо» чтобы стать похожими на Брэда Питта», также присоединились к аргументам самолюбования в пользу пластической хирургии. В ответах на вопросы на веб-сайте MTV телеканал спросил: «Что бы вы сказали читающим это подросткам, которые думают о плановой пластической хирургии?» Мэтт ответил: «Почему ты ждешь? Если какая-то часть тебя истощает всю твою самооценку, то зачем так жить?» Его брат Майк согласился: «Те, кто недовольны своей внешностью, если вы знаете, что операция сделает вас счастливыми, сделайте это».

Когда так много нарциссических личностей прилагают усилия, чтобы выглядеть «горячими», а многие другие чувствуют себя обязанными улучшить свою внешность в интересах самолюбования, что происходит с людьми, которые не уделяют столько внимания тому, чтобы хорошо выглядеть? Вскоре все втягиваются в игру «фокус на внешности». Возникает ощущение, что если у вас нет соответствующих белых зубов, косметических процедур или пресса, вам должно быть неловко. У всего этого есть даже потенциальные финансовые последствия. Некоторые люди теперь прибегают к хирургическим процедурам, таким как имплантация подбородка или подтяжка лица, потому что они хотят выглядеть достаточно молодыми и энергичными, чтобы их наняли на работу. Сообщается, что некоторые

голливудские актеры и рэперы (не говоря уже о спортсменах) принимают гормон роста и стероиды, чтобы оставаться привлекательными и модными.

Акцент на тщеславии проявляется практически во всех сферах жизни общества: в средствах массовой информации, Интернете, бизнесе и даже в воспитании детей. Только образование осталось относительно невосприимчивым к акценту на внешности, возможно, из-за стереотипа, что умные люди несколько неряшливы. Когда вы думаете «ботаник», вы обычно не думаете «горячий». Кит до сих пор гордится тем, что ему доводилось приходить на занятия в двух разных туфлях. Однако даже образование начинает втягиваться. На популярном сайте ratemyprofessor.com профессора, которых студенты оценили как «горячих», получают значок перца чили. На сайте даже перечислены самые горячие профессора страны.

Телевидение является одной из основных сил, продвигающих важность внешнего вида в Америке и во всем мире. Каждый год с тех пор, как юный Джек Кеннеди победил усталого Ричарда Никсона в телевизионных дебатах, американская культура все больше внимания уделяет внешнему виду. Почти все на телевидении красивы, уделяют больше внимания внешности и повышают стандарты внешности. Даже актеры, играющие высококвалифицированных нейрохирургов, должны быть приятным глазу (следовательно, шведский стол красоты, которым является «Анатомия страсти»). Точно так же «реалити-телевидение» далеко от реальности с точки зрения красоты. В таких шоу, как «Фактор страха» или «Выживший», в которых предполагают поедание крупных насекомых или отказ от принятия душа в течение длительного периода времени, по-прежнему в основном присутствуют красивые люди. И репортеры новостей и ведущие, конечно, не являются случайным выбором лучших выпускников факультетов журналистики. Предполагается, что для того, чтобы люди обратили внимание на новости, необходима привлекательная картинка. Классическим примером этого является Грета Ван Сустерен, ведущая юридического шоу на канале Fox News. Судя по всему, она очень яркий адвокат и агрессивный журналист, но как только у нее появилось собственное шоу, ей сделали обширную пластическую операцию. Это выглядело не столько актом безудержного индивидуального нарциссизма со стороны Ван Сустерен, сколько результатом культурного давления, направленного на то, чтобы быть привлекательным, независимо от того, насколько вы умны.

Такое же давление на внешний вид наблюдается и в Интернете. С появлением цифровой фотографии и онлайн-знакомств свидания вслепую больше не являются такими уж слепыми (хотя фото могут быть и отфотошоплены). Пятьдесят лет назад люди уже знали всех в своем маленьком городке, так что эти вещи не были проблемой. Потенциальных партнеров было очень много, вы их всех знали довольно хорошо, и никто не мог произвести радикально новое впечатление, сделав новую стрижку или наряд, не говоря уже о пластической хирургии. Сейчас большинство людей живут в городах и почти каждый день знакомятся с новыми людьми; внешний вид — это первое, а иногда и единственное, что они видят. Поиск спутника

жизни зависит не от семейных связей, а от внешности. В еще большей степени это относится к связям: кратковременные сексуальные контакты теперь стали нормой среди молодых людей и практически заменили свидания и отношения между парнем и девушкой. Когда каждый раз приходится искать нового сексуального партнера, внешний вид становится первостепенным. «Ухаживают только уродливые», — объясняет телеперсонаж. Так что тебе лучше пойти купить отбеливатель для зубов.

Некоторое внимание к внешнему виду было вызвано тенденцией к тому, чтобы непристойные вещи стали обычным явлением в других средствах массовой информации. Как документирует Ариэль Леви в книге «Женщины-шовинистки-свиньи», обычные студентки теперь задирают рубашки, чтобы обнажить грудь в видео *Girls Gone Wild*. Порно сейчас воспринимается как нечто обычное, а ранее рискованные исполнители, такие как Рон Джереми и Дженна Джеймсон, пользуются популярностью у мейнстрима. Книга Джеймсон «Как заниматься любовью как порнозвезда», например, стала бестселлером в 2004 году.

Выглядеть как порнозвезда теперь не просто приемлемо, а желательно. Для женщин это означает грудные имплантаты, постоянный загар и неестественно ухоженные лобковые волосы. «В наши дни все, кого я знаю, наносят воск самостоятельно: воск для бикини, воск для бровей, воск для губ и т.д. — все это лишь часть нашей регулярной «рутины красоты». Моя мама говорит, что НИКТО не делал депиляцию бикини, когда она была в моем возрасте, но люди, которых я знаю (в том числе и я), сейчас делают это регулярно, как будто недопустимо иметь волосы на лобке или что-то в этом роде!» — написала 27-летняя Кэти в нашем онлайн-опросе. Как пишет Алекс Кучински: «Женщинам, которые двадцать лет назад никогда бы не произнесли фразу «воск для бикини», теперь придают форму нижней части тела, подстригают и очищают их от волос в стиле бразильских обладательниц бикини (т. е. волос не остается или, если есть любое, это всего лишь мельчайшая символическая полоска, намекающая на взрослую жизнь)». Кучински отмечает, что пластические хирурги получают все больше и больше запросов на лабиопластику, предположительно потому, что вагины большинства женщин выглядят не так идеально, как у женщин-порнозвезд. «Я потратила столько денег на то, чтобы одна часть меня выглядела как Долли Партон», — говорит женщина, у которой Кучински взяла интервью. «Так почему же это должно быть похоже на Уилли Нельсона?» — говорит она, глядя вниз.

Можно было бы надеяться, что родители противодействуют этой тенденции. Большинство родителей любят своих детей, какими бы красивыми и домашними они ни были. И в какой-то момент безусловная любовь родителей снимает часть стремления к красоте. Однако родители все больше и больше внимания уделяют улучшению внешности своих детей. Все больше родителей платят за детские косметические операции, а некоторые родители делают операцию по увеличению груди в качестве подарка на выпускной. Подростки желают многих из этих процедур, но бывают случаи,

когда родитель подталкивает подростка к выполнению процедуры. Иногда это делается из собственного тщеславия родителей (не хочу смущаться из-за своего непривлекательного малыша), но бывает и из заботы о ребенке. Родители хотят, чтобы их дети вписывались в современную культуру, одержимую имиджем.

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

В нашем перенасыщенном СМИ обществе внешний вид становится все более важным. Американцам необходимо сделать шаг назад от этой мании и осознать несколько фактов. Во-первых, такой акцент на внешности не сделал нас здоровее. Ожирение находится на уровне эпидемии, в то время как актрисы, страдающие анорексией, доминируют в телешоу. Ни одна крайность не хороша. Растет движение в сторону здорового питания, а не худобы, и это должно продолжаться. Однако делать это нужно правильно. Люди с благими намерениями часто говорят что-то вроде: «Пока мы не проснемся и не скажем: «Я люблю себя», мы будем продолжать выходить из-под контроля», как это сделала Камрин Манхейм в статье об анорексическом внешнем виде новые *90210* звезд. Однако одна из ультра-худых звезд, Шенае Граймс, как сообщается, называет *90210* «моим шоу» и имеет репутацию дивы — никаких проблем с любовью к себе там нет. Обучение безусловному самопринятию также не является хорошей идеей, когда все больше и больше людей имеют избыточный вес и им нужно принимать себя немного меньше. Баланс найти непросто, но упор следует делать на реализм и здоровье. Большинство людей не похожи на Шеней Граймс, и это нормально. Есть пути к достижениям, гораздо более значимые, чем выглядеть худощавым. Признание того, что вы не похожи на голливудскую звезду, — это хороший тип самопринятия. Однако если зайти слишком далеко, любовь к себе становится нарциссизмом, фактором риска как расстройств пищевого поведения, так и бредового мышления, которое приводит некоторых людей к ожирению («Со мной все в порядке, мне не нужно худеть»). Лучший подход здесь — найти золотую середину: сделать упор на здоровье, а не на внешний вид, и отказаться от сбивающих с толку сообщений о самолюбовании. Актриса сериала *90210* Анна Линн МакКорд сказала: «Я могла бы быть такой же большой, как сарай — важно то, что я счастлива быть тем, кто я есть». Что важнее, чем избегать диабета и болезней сердца?

Самый простой способ борьбы с тенденцией к чрезмерному тщеславию — начать с детей. Идея о том, что девочки должны начинать выглядеть сексуально в пять лет, а то и раньше, стала мейнстримом. Нужно выйти. Теперь вы можете купить туфли на высоком каблуке для новорожденных. Они поставляются в «взлетной сумке» с застежкой из стразов и называются «Веселыми», но не все люди думают, что сексуальная обувь на 10-фунтовом ребенке — это смешно. Люди, которые шьют распутную одежду для восьмилетних девочек, перестанут ее шить, как только родители откажутся уступать. Откровенные дискуссии о теле также необходимы девочкам, которые могут задаться вопросом, почему так мало реальных женщин выглядят так, как идеал СМИ: очень худая, с большой грудью. Девочки-

подростки должны знать, что такие результаты дала операция. Поверхностные ценности, присущие пластической хирургии, — еще одна хорошая тема для обсуждения.

Поговорите также откровенно о причине, которую часто называют для пластической хирургии: «Я хотел чувствовать себя лучше». Не лучше ли достичь этого, достигнув чего-то, имея близкого друга или помогая другим? Помогите подросткам осознать, что внешний вид — это лишь малая часть привлечения партнера. Потрясающая внешность помогает вам знакомиться со многими людьми, но она лишь открывает вам путь к долгосрочным близким отношениям. Чтобы иметь устойчивое партнерство, к которому в конечном итоге стремится большинство женщин, внешний вид — это только часть уравнения. Этот совет применим не только к родителям подростков — его важно иметь в виду и взрослым. Есть лучший способ почувствовать себя хорошо и встретить нужного человека, чем идти под нож.

Родителям мальчиков приходится легче, особенно сейчас, когда так много спортсменов открыто рассказывают о своем употреблении стероидов. Мальчикам больше не нужно задаваться вопросом, как их бейсбольные кумиры так быстро стали такими большими, когда им требуются месяцы, чтобы нарастить немножко мускулов. Теперь они знают, что это фейк. Тем не менее, родителям следует следить за тщеславием и среди мальчиков, поскольку многие проблемы с внешностью только сейчас начинают преобладать как среди мужчин, так и среди женщин. Гендерный барьер для одержимости внешним видом падает, и сегодняшние мальчики, могут стать первым поколением, которое считает, что грудные имплантаты — норма, а коррекция бровей необходима.

Всегда важно внимательно следить за типом и количеством средств массовой информации, которые потребляют дети и подростки. Идеально уложенные волосы и хирургически усовершенствованные тела, так часто встречающиеся на телевидении, мало похожи на реальную жизнь, даже в мире, где количество пластических операций и косметических процедур выросло на 450%. Слишком много средств массовой информации и слишком пристальное внимание к тщательно выбранным и даже отфотошопленным фотографиям на Facebook создают у молодых людей искаженное представление о нормальной внешности. Даже взрослые могут быть поражены тем, что видят. Подруги Джин, ставшие матерями, были удивлены, что их тела не пришли в норму после беременности так же легко, как тела знаменитостей, которые они видели в журналах. В целом, мир журналов и телевидения может соблазнить нас поверхностным мировоззрением, которое подрывает такие бесценные вещи, как семья, друзья и истинное обучение. Постепенно реальные люди начинают напоминать то, что они видят на экранах перед собой. «Средства массовой информации изображают блестящий мир, под которым нет ничего, кроме пустоты», — написала 57-летняя жительница Чикаго Сьюзан в нашем опросе. «К сожалению, именно такими становятся люди, может быть, даже не осознавая этого: красиво накрашенные и одетые, но с пустым умом».

ГЛАВА 10

Взрыв расходов и его влияние на окружающую среду. Материализм

25-летняя Эбби выглядит безупречно во время своего появления в документальном фильме Lifetime TV. Но опять же, она выглядит так все время: у нее профессиональный французский маникюр, укладка и классная одежда — излишества, которые, по ее признанию, стоят не менее 600 долларов в месяц. Она только что купила красивый новый гостиный гарнитур для своей квартиры в пригороде Канзас-Сити, чтобы сделать ее похожей на «образцовую квартиру». Ей повезло, что у нее нет долгов за колледж, поскольку за ее образование заплатили родители. Но теперь, говорит она, «я полностью предоставлена самой себе, и мне пришлось взять около 38 000 долларов, чтобы поддерживать свой повседневный образ жизни».

Выбор слов Эбби завораживает: ей *пришлось* влезть в долг на 38 тысяч долларов, чтобы привести свою квартиру в порядок, и тратить на внешний вид 600 долларов в месяц. Материализм — один из наиболее очевидных примеров эпидемии нарциссизма в Америке. Нарциссические люди хотят большего, но не просто каких-то старых вещей. Нарциссизм не приводит к коллекционированию марок или диспенсеров конфет *Rez* или к накоплению коробок с хламом, купленным после ночных запоев под рекламу. Вместо этого нарциссизм связан с покупкой и использованием товаров, которые придают статус и важность — дорогих автомобилей, украшений, одежды, хорошего дома или чего-либо еще, что демонстрирует статус, власть и изысканность. Классический пример — первая сцена шоу Дональда Трампа «Ученик». Большой самолет с именем Трампа приземляется в аэропорту, а абсурдно дорогой «Мерседес» с ревом выезжает на взлетно-посадочную полосу и с визгом останавливается. Выходит Дональд. Послание: я влиятельный и статусный человек; трепещите передо мной. (Если вы не поняли суть, все это включено в саундтрек к песне О'Джея «For the Love of Money», в которой просто повторяется снова и снова: «Деньги, деньги, деньги!») «Если ты не поспеваешь за всеми, значит, ты отстаешь, и на тебя можно смотреть свысока», — говорит Эбби.

Нарциссы любят говорить о своем высоком статусе. Например, в одном исследовании участники узнавали, что им предстоит встретиться с незнакомцем. Когда им предоставлялся выбор тем для обсуждения, нарциссы с большей готовностью говорили о своих материальных благах, особенно с людьми с высоким статусом и противоположным полом. Претенциозность, как мы рассмотрим в главе 14, также может способствовать материализму. Мэри, 63 года, написала в нашем онлайн-опросе: «Мои дети думают, что если их сосед «достаточно хорош», чтобы иметь что-то, то и они тоже — они заслуживают этого не меньше. Так что они тоже возьмут это, даже если им придется влезть в долги». Популярная книга «Потреблятельство. Болезнь, угро-

жающая миру» подробно описывает взрывной рост расходов американцев за последние несколько десятилетий, сравнивая наше бесконечное накопление вещей с болезнью. Мы выдвигаем аналогичный аргумент, но предполагаем, что одной из основных причин «потреблятельства» является нарциссизм.

Новый материализм привлек множество людей, которые по своей природе не являются нарциссами. Как утверждают Майкл Сильверштейн и Нил Фиске в книге «*Trending Up*», растущий акцент на том, чтобы «прожить свою лучшую жизнь» и вознаграждать себя (по сути, культурный нарциссизм) уменьшил чувство вины, которое когда-то испытывали американцы из-за желания приобрести предметы роскоши. «Постепенно потребителям стало ясно, что им разрешено потреблять более агрессивно, чем раньше», — пишут они. «И, в качестве заключительного акта услужливости, влиятельные лица [такие как Марта Стюарт] представили своей аудитории образ жизни, которому они могут подражать, и одобрили продукты, которые они могли бы купить». Революция роскоши вызвала новый акцент в бизнесе на высокосексуальные продукты во всем, от продуктов питания (прощай, Wonder Bread; здравствуй, Panera) до бытовой техники (Sears Kenmore уходит, приходят Viking Professionals).

Рекламные лозунги бесстыдно пропагандируют материалистические права как добродетель. Многие пункты теста на самомнение (Psychological Entitlement Scale – тест, предсказывающий, например, способность отнять конфетку у ребенка) пугающе похожи на рекламные слоганы, призывающие людей покупать вещи, которые на самом деле им не нужны или вредные для здоровья. «Макдональдс» говорит американцам: «Вы заслуживаете перерыва» точно так же, как люди с высоким самомнением соглашаются, что «такие люди, как я, заслуживают дополнительного перерыва время от времени». Краска для волос L'Oréal призывает женщин покупать их продукт «потому что вы этого достойны», аналогично пункту в опроснике «Я требую лучшего, потому что я этого достоин». Быстрый поиск в Google показывает, что утверждение «вы заслуживаете лучшего» использовалось для продажи массажа, воздушных туров по Гранд-Каньону, ипотечных кредитов, услуг сотовой связи, уроков игры на гитаре, услуг по переезду, членства в фитнес-клубах, программ по снижению веса. приложение под названием «SprayFlex», диджейского сервиса и даже «тренера по стратегии жизни», настаивающего на том, что «вы заслуживаете лучшей жизни». Реклама компании по производству бассейнов гласит: «Вы действительно верите, что заслуживаете самый лучший бассейн на свете? В это верит не каждый. Верьте, что вы заслуживаете лучшего, и вы это получите». (Конечно, если у вас есть 80 000 долларов.) Одна рэп-песня предельно честно рассказывает о наших материалистических ценностях. «Деньги заставляют меня кончить», — мурлычет женский голос под бит. Сосредоточение внимания на деньгах начинается в детстве. В серии кошельков для детей удачно использованы материалистические клише: один с пингвином на картинке говорит «Cold Hard Cash» (холодные и твердые деньги, т.е. долларовые монетки), а другой с дельфином — «Купаюсь в наличных». Акула без ложной скромности признает, что она «голодна до денег». И американцы тоже. Мы стали нацией людей,

которые, как Верука Солт в *«Вилли Вонка и шоколадная фабрика»*, кричат: «Я хочу это СЕЙЧАС!»

ПРОСАЧИВАЮЩИЙСЯ НАРЦИССИЗМ

Не обязательно всем или хотя бы большинству людей быть нарциссами, чтобы в обществе рос материализм. Как и в случае с тщеславием, нарциссические люди начинают проявлять материалистические тенденции, повышая стандарты для всех остальных. Они хвастаются своим имуществом и делают материализм крутым благодаря своему обаянию и общительному характеру. Это привело к растущему вниманию американской молодежи к материальным вещам. В 1976 году 16% американских старшеклассников заявили, что «иметь много денег» «чрезвычайно важно». В 2006 году этот показатель вырос до 26%. Учащиеся старших классов считают «получение хорошо оплачиваемой работы» более важным, чем «быть этичным и порядочным». Когда Исследовательский центр Пью недавно спросил молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет о наиболее важных целях их поколения, 81% назвали достижение богатства – более чем в два раза больше, чем помощь людям, которые в ней нуждаются; в четыре раза больше, чем желание стать лидером в сообществе, и в восемь раз больше, чем стать более духовными («стать знаменитыми» заняло второе место с 51%). В 1967 году 45% первокурсников колледжей сказали, что важно «добиться финансового благополучия»; к 2006 году это число увеличилось до 75%.

Прежде чем нас обвинят в том, что мы слишком сильно критикуем молодежь, важно отметить, что студенты колледжей уже некоторое время выбирают быть «зажиточными». Число тех, кто назвал финансовый комфорт важной целью, превысило 70% с 1985 года, как раз в то время, когда Мадонна напевала: «Мы живем в материальном мире / А я материальная девушка», а *«Образ жизни богатых и знаменитых»* стал безудержный телевизионный хит. Таким образом, любой, кто родился примерно после 1967 года, принадлежит к поколению, выросшему в высокоматериалистической культуре. Даже бэби-бумеры, поколение, обучавшееся в колледжах менее материалистических 1960-х годов, по пути изменили свое мнение. Поколение хиппи 60-х годов превратилось в поколение яппи 80-х, открыв для себя радость BMW и кулинарного искусства. Как весело отмечает Дэвид Брукс в книге *«Бобос в раю»*, тратить уйму денег для бумеров скорее добродетельно, чем греховно — до тех пор, пока они тратят их на «высококласные» вещи, такие как дорогая посуда, душевые кабины и предметы «профессионального уровня». Демонстративное потребление царит уже долгое время. В конце 90-х американцы тратили больше на обувь, ювелирные изделия и часы (80 миллиардов долларов), чем на высшее образование (65 миллиардов долларов). Невероятные 93% девочек-подростков говорят, что шопинг — их любимое занятие.

Очевидно, что деньги важны во многих отношениях. Привлекательность денег вполне объяснима в наше время, когда предметы первой необходимости стоят гораздо дороже, чем раньше. Здравоохранение ошеломительно дорогое, стоимость обучения в колледжах намного опережает ин-

фляцию, цены на бензин растут, и даже небольшие дома теперь недоступны для среднего класса во многих районах страны, даже несмотря на недавнее снижение цен. Многим парам для достижения финансовой стабильности, которой многие их родители добились на одну зарплату, нужны два дохода. Менее очевидно, почему эти деньги нужны для покупки материальных благ, цель которых — рассказать миру — и даже доказать себе, — что вы важны и успешны.

ЭТОГО НЕДОСТАТОЧНО. Я ХОЧУ БОЛЬШЕ.

Самым большим изменением в материализме является неумолимый рост стандартов. Десять лет назад гранитные столешницы были на кухне только у богатых людей. Как и сверхбелые зубы, гранитные столешницы теперь необходимы, чтобы показать, что вы не бедны, хотя в начале 90-х на эти вещи никто не обращал внимания. Сара, 40 лет, мать-одиночка, живущая в Алабаме, ответила на наш онлайн-опрос. Ее восьмилетняя дочь и ее друзья, по ее словам, «ужасно одержимы деньгами. Я постоянно слышу: «У всех есть то-то и то-то, и огромный дом; я бы так хотела, чтобы и мы были нормальными!» Как отмечает экономист Роберт Х. Франк в своей книге *«Лихорадка роскоши»*, расходы богатых установили новый стандарт, ради достижения которого семьи среднего класса влезают в долги. Фрэнк рассказывает историю о том, как недавно пошел за покупками, чтобы заменить гриль на заднем дворе, который он купил в 1980-х годах и который стоил 90 долларов. Он обнаружил, что одним из вариантов был профессиональный гриль Viking-Frontgate длиной семь футов за 5000 долларов¹. Реальное значение таких дорогих товаров, отмечает он, заключается в том, что «из-за их присутствия покупка единицы товара стоимостью 1000 долларов кажется почти экономной. По мере того, как все больше людей покупают эти элитные грили, система взглядов, определяющая то, что остальные из нас считают приемлемым уличным грилем, неизбежно будет продолжать меняться».

Даже в трудные экономические времена иметь крутые вещи по-прежнему актуально. Раньше *Us Weekly* называл знаменитостей, следящих за стилем, «фашионистами». В 2008 году оно назвало тех, кто сумел подыскать стильный лук за меньшие деньги, «рецессионистами». Акцент по-прежнему делается на вещах, только на менее дорогих — таких, например, как сумка, которая стоит всего 500 долларов вместо 5000. Экономисты обнаружили, что стремление к демонстративному потреблению на самом деле сильнее в бедных районах, чем в более обеспеченных. Люди в Южной Каролине, например, зарабатывают в среднем примерно на 10 000 долларов меньше, чем жители Калифорнии, но они тратят на 13% больше на «заметные товары» — например, автомобили, ювелирные изделия, одежду и средства личной гигиены — все символы статуса, производящиеся для того, чтобы некто мог выглядеть обеспеченным, даже если он не таков. Таким образом, даже за пределами богатых районов материальное потребление очень важно — отсюда и роскошные и дорогие автомобили. Яркий жаргонный термин для

обозначения этого явления — «роскошное гетто». Наше исследование также предполагает, что нынешний экономический кризис, вероятно, не станет концом нарциссического потребления — если мы все станем беднее, больше людей будут покупать вещи, чтобы показать, что у них все в порядке.

Конечно, и более обеспеченные не обладают иммунитетом — только они хвастаются недвижимостью, а не шиком. Пары среднего класса в таких районах, как Даллас, Атланта и Сан-Диего, часто начинают поиск дома в совершенно новых комплексах, возникших в пригородах, которые часто представляют собой образцовые дома будущего, обставленные профессиональными декораторами и включающие в себя улучшения, которые могут добавить десятки тысяч долларов к цене дома. Джин и ее муж посетили один такой образцовый дом в Сан-Диего с красивым полом из темного дерева в прихожей и гостиной. Когда Джин спросила торгового агента, сколько стоит такой ремонт, в ответ прозвучало 50 000 долларов — и это всего за две небольшие комнаты. (Контекст: дом бабушки и дедушки Джин в Уиллмаре, штат Миннесота, несколько лет назад был продан за 50 000 долларов. Весь дом.) Как выяснилось, стандартным напольным покрытием для домов в застройке был низкокачественный ковер, доступный в трех одинаково непривлекательных цветах. Таким образом, большинство людей в конечном итоге потратят много дополнительных денег на напольное покрытие, даже если они не будут покупать темное дерево, убивающее годовую зарплату. Кто купит дом стоимостью почти в миллион долларов и застелит полы плохим ковром?

Нет конца списку вещей, на которые вам придется потратить кучу денег, даже если вы всего лишь представитель среднего класса. Управлять старой машиной неловко (спросите Джин, которая до недавнего времени водила Buick LeSabre 1993 года, принадлежавший ее деду, который вызывал откровенные взгляды в Сан-Диего). Дизайнерская одежда также ценится — как и многие нарциссические тенденции, эта получила распространение в 80-х. До этого имя дизайнера редко отображалось на вашей одежде, сумочке или обуви. (Когда Марти МакФлай из 1980-х пытается вернуться в будущее в 1955 году, все думают, что его зовут Кельвин Кляйн, потому что это имя напечатано на его нижнем белье). Еще в 50-х годах немногие избранные могли узнать ваш костюм Chanel по его крою, хотя на нем не было такой маркировки, и этого было достаточно. Теперь важно явно заявить, что вы можете позволить себе последний символ статуса. Например, когда матери и дочери покупают солнцезащитные очки: «Мать хочет, чтобы на дужке был незаметный логотип, а ее дочь хочет, чтобы логотип был больше, чем линза», — говорит Маршал Коэн, аналитик NPD Group.

Даже когда бренд не анонсирован явно, стремление к роскоши — или просто к вещам, которые немного лучше, чем у всех остальных — вошло в фантазии большей части среднего класса. Такие магазины, как Crate & Barrel, Williams-Sonoma и Pottery Barn, подняли планку стандартов домашней мебели для амбициозного среднего класса. Сейчас уже ненормально иметь простую старую посуду или бытовую технику; это должно быть профессиональное качество.

В долларах 2002 года средняя кухня в 1955 году стоила 9000 долларов. Средняя кухня сейчас стоит более 57 000 долларов, даже без плиты Viking или высококачественных гранитных столешниц. Мебель для патио должна быть изготовлена из тикового дерева и иметь идеально подобранные подушки. Откройте каталог Pottery Barn Kids, и вы перенесетесь в идеальный мир, где все мило и стильно, цвета идеально сочетаются, а дети всегда очаровательно увлечены проектом, который они уберут сами. Джин часами изучала этот каталог, когда была беременна, мечтая об идеальной детской. Это настолько захватывало, что было похоже на покупку крэка. В конце концов она восстала против Детского Промышленного Комплекса и просто купила простыню. Все сводилось к практичности: одеяла небезопасны, бортики могут оказаться небезопасными, а штабелеры для подгузников не нужны, поэтому большая часть комплекта постельного белья бесполезна. Простыню на резинке, единственный полезный предмет, все равно облюбовывают. Но, черт возьми, не было ли заманчиво потратить 300 долларов на постельное белье для детской кроватки, которое должно было стоить 20 долларов, потому что оно, конечно, красивое и создает эмоциональное ощущение, что его сделал человек. А если оно есть у вас, то будет и у вашего новорожденного.

ЖИТЕЛИ РИЧИСТАНА

Книга Грегга Истербрука *«Парадокс прогресса»* начинается с описания взлетно-посадочной полосы рядом с эксклюзивным рестораном в сельской части Оклахомы. До недавнего времени, как отмечается в книге, лишь немногие люди могли позволить себе частные самолеты, необходимые для того, чтобы появилась эта достопримечательность. Теперь ресторан почти каждый вечер заполнен до отказа. К 2007 году состояние почти полумиллиона семей в США превышало 10 миллионов долларов. За последние 10 лет число миллионеров в США удвоилось. Это по-прежнему очень незначительное меньшинство американцев, но, как отмечает Роберт Франк в *«Ричистане»*², люди с состоянием более 10 миллионов долларов могут населить небольшую страну — страну, где люди соревнуются за право иметь самую длинную яхту, а владеть автомобилем стоимостью 50 000 долларов стыдно. Хотя часть этого богатства начала уменьшаться в 2008 году, у новых богатых все еще есть много денег, многие из которых заработали свои деньги на продаже компаний и, таким образом, относительно не подвержены влиянию деловых циклов. Жирные коты все еще довольно жирны.

Тем, у кого есть деньги, очевидно, недостаточно просто их потратить — их нужно тратить экстравагантно и уникальным способом. «Задача сегодняшних богатых состоит в том, чтобы выделиться среди просто богатых», — говорит автор книги *«Ричистан»* Фрэнк. «Вы хотите того, чего никто другой не может себе позволить или испытать. Задача — всегда оставаться впереди». Это классическое нарциссическое мышление: какой смысл в деньгах, если вы не можете использовать их, чтобы показать, что вы особенный, уникальный

2 Слово «Ричистан» составлено из английского слова «rich» — богатый — и из персидского «стан» — страна. Название придумал ведущий иностранный корреспондент газеты «Уолл-стрит Журнал» Роберт Фрэнк, который считает (как и многие экономисты), что внутри Америки выросла новая страна — страна богатых. И он назвал эту страну (и свою книгу о ней) — Richistan.

и лучше всех остальных? Например, вы можете захотеть часы Patek Philippe, но они редки и у вас длинная очередь ожидания. Поэтому новые хозяева вселенной покупают их на аукционах и платят на тысячи больше преysкуррантной цены. Один из них недавно был продан за 1,2 миллиона долларов, «дополнительные 300 000 долларов считаются мелочью ради удовольствия перепрыгнуть через черту», как сообщает *Time*. В 2007 году рост продаж Rolls-Royce выражался двузначным числом (хотя большая часть этого роста, конечно, происходила за пределами США). Некоторые модели Rolls-Royce продаются за 430 000 долларов. «Людам стало психологически проще выделяться», — говорит представитель Rolls-Royce Боб Остин. «Богатые люди вновь обрели уверенность в себе. Естественно, если вы хотите выделяться, вам нужно что-то особенное. Это машина для акул бизнеса».

Некоторые из этих тенденций замедляются или обращаются вспять по мере сокращения экономики, но другие продолжаютс. В сентябре 2008 года, когда Уолл-стрит падала, очереди на распродажу образцов Hermès в Нью-Йорке растянулись далеко по всему кварталу. Распродажи далеко не были благотворительными; в них входили ботинки за 900 долларов, куртки за 2000 долларов и халатики для малышей за 200 долларов. Многие из женщин, стоявших в очереди, работали в инвестиционных фирмах и банках, но говорили, что им «просто нужно отдохнуть» от плохих новостей или что «даже если экономика падает, распродажа — еще один повод купить что-нибудь хорошее». Одна женщина даже не представляла, как можно чего-нибудь не купить. «Это невозможно», сказала она. Другие заявили, что купили дорогие товары, чтобы хорошо выглядеть и, таким образом, чувствовать себя хорошо, по-видимому, не обращая внимания на возможность того, что вскоре у них может не оказаться работы, для которой можно было бы одеваться. «Я куплю, только если это то, что мне действительно необходимо», — рассуждал другой. Как отметил репортер *New York Times*, Hermès не продает лампочки и туалетную бумагу.

Дорогие вкусы распространяются и среди людей двадцати с лишним лет —группу, которая вряд ли может себе их позволить. Недавний выпуск приложения к журналу *Time Style & Design* был посвящен теме «Роскошь для нового поколения». В оглавлении была фотография двадцатилетней модели в футболке с изображением... самой себя. «Вы думали, что бумеры были заметными потребителями?» спрашивает заголовок. «Смотрите», — говорится в нем, — «Поколение Я» еще хлеще».

Далее статья изображает чистый нарциссизм как совершенно нормальный, если не захватывающий. «Один взгляд на парковку колледжа, полную Audi, Saab и BMW, показывает, что это поколение не ждет, чтобы «заработать» свои роскошные продукты и услуги; оно уже чувствует, что имеет на них право», — сообщается в статье. «Они считают, что заслуживают роскоши прямо сейчас. Роскошь — это не то, чего вы ждете и зарабатываете», — говорит Джеймс Чанг, президент Reach Advisors. «Я называю их преждевременно богатым поколением». Из «основных потребителей предметов роскоши» 93% согласились, что «выглядеть стильно важно, чтобы чувство-

вать себя хорошо». И, конечно же, потому что они этого заслуживают: 92% сказали: «Я много работаю, поэтому награждаю себя тем, что трачу деньги».

Среди этой группы людей 54% в возрасте от 18 до 27 лет заявили, что заинтересованы в приобретении яхты, тогда как среди людей в возрасте от 45 до 62 лет только 31% выразили такое желание. Молодые люди также в два раза чаще хотели иметь частный самолет или роскошное спортивное оборудование. На протяжении всей статьи ключевой вопрос остается без ответа: как именно люди собираются найти деньги на покупку этого флота яхт? И почему так много молодых людей стремятся стать капитанами собственной лодки? Ответ на второй вопрос прост: на протяжении всей их жизни чрезмерный материализм был вполне приемлем. Ответ на вопрос, как они смогут себе это позволить, гораздо менее очевиден. Родители, возможно, купили им Audi, чтобы они ездили в колледже, но они, по-видимому, нацелены на предел в виде яхты.

Реклама способствовала повышению стандартов. В рекламе компьютера Panasonic говорится: «Это не просто ноутбук. Это значит попросить вашего водителя сделать еще пару кругов, пока вы отправите еще несколько электронных писем». Конечно, теперь у всех нас должны быть шоферы. Реклама MyJet гласит: «В современном мире аренда частного самолета стала необходимостью». Точно так же, как еда, одежда и кров, верно?

ПРИЧУДЛИВО НИЗКИЕ СТАНДАРТЫ АМЕРИКАНСКОГО ПРОШЛОГО

Итак, если частный самолет сегодня является необходимостью, каковы были материальные стандарты предыдущих поколений? Разбогатеть всегда было привлекательно для некоторых людей. Даже фраза «Новый позолоченный век» намекает на оригинал конца 1800-х годов — вспомните Карнеги, Рокфеллера и Вандербильта (хотя не следует забывать, что каждый из этих людей использовал часть своего богатства, чтобы основать великий университет). Однако в ту предыдущую эпоху большинство людей просто признавали, что у них мало денег и много никогда не будет.

Чтобы получить представление об этом от первого лица, Джин обратилась к дневнику, в котором ее бабушка записывала воспоминания о своем детстве. Альвина родилась в 1911 году и выросла на ферме в сельской местности Миннесоты. Зимой она с братьями и сестрами каталась на коньках на замерзшем пастбище, но (по ее словам) «коньков у нас не было. Мы просто катались в ботинках». Было слишком много детей и слишком мало денег, чтобы дети могли устраивать вечеринки по случаю дня рождения каждый год, хотя у нее был такой праздник на свое 10-летие. Однако подарки оказались не такими, как ожидают сегодняшние дети. «У одной маленькой девочки не было подарка, — написала Альвина, — поэтому ее мать завернула для меня солонку и перечницу». Иногда Альвине просто хотелось убежать и спрятаться, потому что, как и от всех детей, от нее требовалось выполнять работу по дому, «например, пропалывать сад, доить коров, заботиться о младших детях, мыть посуду, гладить, помогать с готовкой». В их доме не было водопровода, и, поскольку ее семья не могла позволить себе отпуск,

ее первая поездка за город состояла из поездки на поезде в Миннеаполис, когда ей было 14 лет, чтобы навестить сестру и новорожденного ребенка. (Оказавшись там, она написала: «Я работала по дому 3 дня».) Она делила комнату с тремя своими братьями и сестрами, по двое в одной кровати. На Рождество каждый ребенок получал два подарка и не более: часто одежду или книжки-раскраски. В ее школе был один учитель на пятьдесят детей, и все они учились в одном классе. Тем не менее, она любила школу. По ее словам, она никогда не «прогуливала», потому что в противном случае ей пришлось бы работать на ферме. (Сравните это с сегодняшним днем, когда ребенок, который не ходит в школу дома, наполняет свой день развлечениями, такими как видеоигры и фильмы.)

Конечно, опыт бабушки Джин не универсален. У некоторых детей в то время было гораздо больше, а у других — еще меньше. Но даже при некотором богатстве все равно сохранялась бережливость. Бабушка Кита тоже была фермерской девушкой со Среднего Запада. Она преподавала в небольшой школе, вышла замуж и вместе с мужем создала несколько предприятий. В конце концов она оказалась в большом доме в шикарном Brentwood, Калифорния, в окружении знаменитостей. Однако даже тогда у нее на заднем дворе все еще были курятники, а на окнах были плотные шторы, необходимые во время Второй мировой войны, когда возникла угроза нападения Японии на Лос-Анджелес. Спустя долгое время после окончания войны бабушка Кита не видела необходимости тратить деньги на их замену.

Тогда во многих отношениях это был другой мир. От детей ожидалось, что они будут усердно работать, и, возможно, даже слишком усердно, учитывая, что они часто не заканчивали школу. Им не говорили, что они особенные, и они не понимали, что они лучше других. У детей было много братьев и сестер, и некоторые из них умерли от болезней, которые сейчас излечимы. Материальные стандарты были намного ниже нынешних. Тогда детям хотелось красивую куклу, а не iPod за 400 долларов. Им повезло, если им вообще устроили вечеринку по случаю дня рождения, не говоря уже о вечеринке с развлечениями и щедрыми подарками. Частично разница объясняется относительным отсутствием рекламы. Когда Альвина была маленькой, не было ни телевидения, ни радио, поэтому она не подвергалась постоянно идее, что каждый заслуживает вечеринки по случаю дня рождения с подарками лучше, чем солонки и перечницы. Когда в 1950-х годах росла дочь Альвины, мать Джин, появилось телевидение, но обычно оно показывало семьи среднего класса, делающие покупки среднего класса. К тому времени, когда Джин была молода в 70-х и 80-х годах, жизнь богатых людей регулярно транслировалась по телевидению. Дочь Джин, Кейт, родившаяся в 2006 году, никогда не узнает мира, в котором телевидение не наполнено атрибутами богатства — если только наша культура не сделает очень резкий разворот. Жизнь ее прабабушки, полная тяжелого труда и немногого имущества, покажется Кейт другой планетой.

ПОЧЕМУ МЫ ЭТОГО ХОТИМ

Конечно, искусство продаж и реклама существовали с тех пор, как стало что продавать, но сегодня мы куда уязвимей для них. Грубо говоря, лохов теперь стало больше. Но почему? Как мы выяснили в главе 8, легкий кредит сделал материалистические мечты возможными для большего числа людей, и это, безусловно, один из двигателей этого эффекта. Но есть и психологические причины; если бы их не было, люди не принимали бы таких глупых решений, влезая в долги по уши.

Одной из причин является нарциссизм на индивидуальном уровне: все больше людей материалистичны. Другой — все более нарциссические ценности нашей культуры. Американцы на протяжении всей истории страны стремились быть богатыми, но теперь богатство кажется гораздо более доступным. В конце концов, любой может поступить в Гарвард, если он достаточно умен — это далеко от того, что было всего несколько десятилетий назад, когда подавляющее большинство абитуриентов Лиги плюща были белыми мужчинами с Восточного побережья с нужными связями. В предыдущие эпохи, конечно, тоже были истории из грязи в князи, но было больше понимания, что это скорее исключение, чем правило. Еще не так давно малообеспеченные подростки стремились к мечтам среднего класса, например, о доме с тремя спальнями в пригороде. В наши дни обездоленная молодежь чаще говорит, что хочет особняк, подобный тем, которые они видят в программе «По домам!» на MTV.

Благодаря современным средствам массовой информации богатство становится гораздо более заметным, чем раньше. Еще в 70-е годы телевидение было заполнено бедными семьями, такими как Банкеры (которые жили в квартире на две семьи в Квинсе) и Фред Сэнфорд, который, очевидно, обставил свой дом находками со свалки, которой он управлял. Теперь по телевидению показывают приключения богатых людей. Джош Шварц, создавший шоу «The OC» о богатых детях из Калифорнии, затем создал «Сплетницу» о богатых детях из Нью-Йорка. «Сплетница», по его словам, — это «совершенно другое шоу. Округ Ориндж — это новые деньги и МакОсобняки. На уровне достатка [Сплетницы] можно только родиться». Другими словами, сейчас по телевизору так много передач о богатых людях, что нужно различать, о каких богатых людях идет речь. В тот же вечер, что и «Сплетница», состоялась премьера шоу с названием, отражающим современность: «Dirty Sexy Money» («Грязные мокрые деньги» в русском переводе — прим. пер.). Новые дети из 90210 намного богаче, чем их коллеги из 1990 года; как написала газета «Нью-Йорк Таймс» в обзоре шоу, «любой, у кого нет пляжного домика и дворца, вероятно, получает пособие». В этих шоу мальчики не производят впечатление на девочек, катая их на своей спортивной машине; они производят на них впечатление, взяв их на прогулку на частном самолете. «Бедные» дети из «Сплетницы», Дэн и Дженни, ходят в подготовительную школу Тони, а их отец — рок-звезда.

В реалити-шоу также представлены закулисные взгляды на жизнь богатых и знаменитых людей. «По домам!» позволяет нам совершить поездку по

их экстравагантным домам, «*My Super Sweet 16*», чтобы увидеть их дни рождения, а «*Семейка Осборнов*» и шоу Халка Хогана – чтобы увидеть их семейную жизнь. Если не считать нескольких дневных ток-шоу, бедные люди появляются на телевидении только во время стихийных бедствий, таких как ураган Катрина. Зрители были шокированы бедностью жертв урагана, хотя в Америке гораздо больше бедных людей, чем людей, достаточно богатых, чтобы их изображали в сериалах *90210* или «*Сплетница*». Никого не шокирует, когда на телевидении появляются богатые люди.

Стандарты некогда простых праздников, таких как детские дни рождения, также достигли новых высот. Прошли те времена, когда несколько детей бегали по дому с тортом на лицах. Родители из среднего класса сейчас спорят о преимуществах клоунов перед слонами. Гигантские наполненные воздухом клетки для прыжков практически должны быть обязательно – несмотря на то, что арендная плата за них составляет несколько сотен долларов. Благодаря изменениям в воспитании детей, о которых говорилось в главе 5, дети теперь имеют больше права голоса на вечеринках по случаю своего дня рождения, что часто приводит к просьбам об устройстве роскошных вечеринок, подобных тем, которые показаны в программе *My Super Sweet 16 на MTV* – с живыми концертами известных рэп-исполнителей, грандиозными выходами на красные ковровые дорожки и роскошными автомобилями стоимостью 50 000 долларов в качестве подарков. Газета *Jewish Voice & Herald*, обслуживающая район Провиденса, штат Род-Айленд, где проживает средний класс, посоветовала родителям подумать о творческих темах для детских баров и вечеринок, посвященных бат-мицве. Как насчет собственного тропического леса с водопадом, тропическими растениями и живой рыбой? Или голливудская тема, где «папарацци» фотографируют всех гостей? Можете забыть о резиновых курице или грудинке: горячая (или, в данном случае, холодная) новая кулинарная тенденция — это суши-бар (не говоря уже о том, что суши недешевы). В период рецессии меньше людей смогут позволить себе такие вечеринки, но желание дать своему ребенку самое лучшее полностью не угаснет.

К богатым также относятся с воодушевляющим почтением — примерно так же, как греки относились к богам, за исключением того, что многие люди горячо надеются, что смогут вскоре пополнить их ряды. На недавней обложке журнала *Forbes* были анонсированы подробности «Жизни очень богатых людей», включая разделы «Повелители Вселенной» и «Женитьба ради денег». Конечно, журналы о знаменитостях в основном публикуют эту обложку каждую неделю, рассказывая о жизни богатых и знаменитых, от их детей до их разрывов.

Быть богатым – рай для нарцисса. Когда наши самые заветные надежды связаны с самим собой, очень легко поддаться соблазну стать богатым. Во-первых, вы можете позволить себе все самое лучшее (ведь вы этого заслуживаете). И все к вам добры, потому что вы оплачиваете большие счета, а деньги приносят хорошее обслуживание. Возможно, вы даже оставите

большие чаевые или хорошее наследство людям, которые кланяются лучше всех. Если вы достаточно богаты, вы можете быть своим собственным начальником и делать все, что захотите. За деньги можно купить и личный комфорт. Можно оставить позади снятые ботинки, трехчасовое ожидание и эксперименты с голоданием в скотовозке, в которые превратились современные авиаперелеты, и полететь на частном самолете. По крайней мере, вы можете полететь первым классом, получить больше места и горячую еду. Как пишет Стив Рашин в журнале *Time*: «Аэропорты напоминают Францию до революции. Пассажиры первого класса пользуются «элитными» линиями безопасности и приоритетной посадкой и высаживаются до того, как немытой черни, сдерживаемой стюардессой, позволят засорять трап самолета».

Большие дома означают, что больше не нужно ждать, пока кто-то освободит ванную, и не нужно больше кричать на Подростка, чтобы тот выключил музыку – у него есть собственное крыло дома. И последнее, но не менее важное: деньги помогают вам чувствовать себя важными и лучшими, чем другие люди. Вы можете купить себе выход из очереди повсюду, отмечает Рашин: «Этим летом я, к несчастью, наблюдал, как дети использовали Gold Flash Pass за 52 доллара, чтобы преодолеть очереди в Six Flags New England, [что] преподает детям ценный урок: богатые люди важнее тебя».

Однако возникают проблемы, поскольку не каждый может быть богатым. Как мы видели в главе 8, легкий кредит сделал атрибуты богатства более доступными для большего числа людей. Но это также привело к банкротству большего числа людей и привело к большому количеству случаев потери права выкупа домов. Большинство этих финансовых проблем случаются с людьми, которые просто стремятся принадлежать к среднему классу, но значительное меньшинство включает людей, которые перенапрягаются, чтобы купить огромный дом или дорогую машину. И даже несмотря на то, что кредит стал гораздо более доступным, он не бесконечен. Подавляющее большинство американцев не могут и никогда не смогут позволить себе многое из того, что они видят в журналах и по телевидению. Тем не менее, мы по-прежнему жаждем этого, тратя деньги на схемы быстрого обогащения и семинары по благосостоянию, подобные тому, на котором объявляется: «Пришло ВАШЕ время стать миллионером!» В игру вступило правительство США. В 2008 году чеки «экономического стимулирования» были выданы взрослым беднякам и представителям среднего класса в надежде, что они пойдут и потратят их. Это отличный сигнал для наших детей: давайте возьмем займы миллиарды долларов у Китая, Японии и Ближнего Востока, а затем дадим их людям, чтобы они потратили их на вещи, которые им не нужны, якобы для того, чтобы помочь экономике. Наши бабушки и дедушки плакали бы.

НАГРЕВАЯ ЗЕМЛЮ: ОДНО ПЕРЕПОТРЕБЛЕНИЕ ЗА РАЗ

Популярно мнение, что люди, покупающие много вещей, поддерживают экономику и никому не вредят. К сожалению, у материализма есть объективные последствия. Одним из крупнейших является воздействие на

окружающую среду. Люди, которые хотят большего и не заботятся ни о ком другом, наносят больший ущерб окружающей среде.

Ярким примером является любовь американцев к автомобилям. С 1969 года до конца 90-х годов количество транспортных средств росло на 144%, что в два раза быстрее, чем количество водителей (72%). В 2003 году Министерство транспорта США сообщило, что количество автомобилей на семью превышает количество людей. Это было бы не так уж плохо, если бы автомобили со временем стали более энергоэффективными. Однако с 80-х годов продажи внедорожников, пикапов и минивэнов утроились. В 2001 году этих больших автомобилей было продано больше, чем легковых автомобилей. Внедорожники, конечно, сжигают значительно больше бензина, чем обычный автомобиль. Автомобильная реклама начала 80-х всегда заканчивалась расходом бензина автомобиля. К 90-м годам эти рекламные ролики были заменены рекламой, показывающей внедорожники, карабкающиеся по пересеченной местности по бездорожью, хотя большинство внедорожников продавались жителям пригородов, чьи автомобили никогда не выезжали за пределы тротуара. Бездорожье означало парковку на грязи перед строящимся домом площадью 5000 квадратных футов.

Как мы обсуждали в главе 8, дома в Соединенных Штатах стали намного больше, хотя семьи стали меньше. Большие дома потребляют больше ресурсов во время строительства, а затем используют больше энергии в течение своей жизни. Все больше и больше людей имеют вторые дома, чем когда-либо прежде.

Потребность в вещах привела к появлению большего количества мест, где они продаются. Количество торговых площадей на человека в США составляет колоссальные 39,2 квадратных футов, что намного больше, чем в Австралии (20,4 квадратных футов), Великобритании (14 квадратных футов) или Японии (10,8 квадратных футов). У потребления даже есть свои праздники, такие как «Черная пятница» на следующий день после Дня Благодарения, когда магазины официально начинают сезон рождественских покупок. Итак, проведя день в благодарении Господа за нашу семью, здоровье и друзей, мы на следующий день встаем в 4 утра и покупаем дермо, которое нам не нужно.

В Соединенных Штатах мы потребляем больше энергии на человека, чем в любой другой стране, что означает значительный рост потребления электроэнергии, но также и отход от других источников энергии, таких как газ и уголь. Американцы даже увеличили количество потребляемых калорий до 3770 калорий в день по сравнению с 3180 в 1979–1981 годах, то есть на 18%. Для выращивания, производства, транспортировки и продажи всей этой еды требуется много энергии и ресурсов.

Конечно, эпидемия нарциссизма — не единственная причина таких изменений в поведении. Например, переход на внедорожники и минивэны отчасти является непреднамеренным следствием законов, предписывающих

детские автокресла. Но многие люди, у которых нет детей, покупают эти большие автомобили, потому что вождение одного из них также связано с эго: вы больше, чем все остальные на дороге, и они должны уступить вам дорогу. Или вы раздавите их, как жука (возможно, вида Volkswagen).

Американцы также любят хранить свои вещи, иногда по той единственной причине, что они принадлежат им. Как однажды с удивлением (или презрением) заметил Кит один чилиец: «Американцы — единственные люди на земле, которые на самом деле снимают квартиры только для того, чтобы хранить свои вещи». Он имел в виду, конечно, общественные хранилища. Американцы в настоящее время используют 2,2 миллиарда квадратных футов общественных мест хранения (представьте себе восемь тысяч стадионов SuperDome). У нас столько шмотья, что уже девать некуда.

Экологическая картина, конечно, не во всем так плоха. По многим показателям окружающая среда США значительно улучшилась с 1960-х годов. В 1969 году река Кайахога в Кливленде загорелась из-за всех загрязняющих веществ в воде. Когда мы, авторы, жили в Кливленде в начале 2000-х годов, ситуация на всех Великих озерах резко улучшилась. Джин плавала в озере Эри, а наш консультант занимался там виндсерфингом. Кит катался на озере Мичиган, когда учился в аспирантуре в Висконсине (это не Гавайи, зато толп здесь нет). Великие озера прошли путь от экологической катастрофы до истории успеха. В 70-е годы школьники часто пропускали перемены в прекрасную погоду Южной Калифорнии, потому что смог был слишком густым, чтобы дети могли безопасно играть на улице. Теперь дни с плохим воздухом редки.

Замусоривание и другие экологически разрушительные действия также значительно сократились. Например, в 60-е годы люди часто выбрасывали мусор из своих машин. Они выбрасывали окурки в окно, а детям позволяли выбрасывать обертки от фастфуда на шоссе. К счастью, эта практика изменилась.

Однако эти и другие изменения стали результатом не добровольных действий отдельных лиц, а ужесточения законов, принятых коллективными групповыми усилиями. Состояние Великих озер и других водоемов улучшилось после принятия Закона о чистой воде, а загрязнение воздуха улучшилось после принятия Закона о чистом воздухе и ужесточения стандартов выбросов для автомобилей. Штрафы за мусор были введены в действие или увеличены. Вполне вероятно, что аналогичные коллективные или правительственные действия потребуются для борьбы с глобальным потеплением. Хотя учитывать окружающую среду при покупках стало круто, растущий нарциссизм в культуре сделал еще круче возможность получать все, что вы хотите.

ЛИЧНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МАТЕРИАЛИЗМА

Как и многие корреляты нарциссизма, материализм вредит другим и обществу, но в долгосрочной перспективе он вреден и для самого человека. Психолог Тим Кассер, автор книги «Высокая цена материализма»,

посвятил свою карьеру изучению последствий оценки денег и вещей. В среднем материалистичные люди менее счастливы и более подавлены. Даже люди, которые просто стремятся иметь больше денег, страдают от плохого психического здоровья; они также сообщают о большем количестве проблем с физическим здоровьем, таких как боли в горле, боли в спине и головные боли, и чаще употребляют слишком много алкоголя или наркотики. Стремление к финансовому успеху, очевидно, делает людей несчастными.

Частично причина в том, что в игре материализма очень трудно продержаться дольше, чем короткое время. Мода и стиль меняются так быстро, что только очень богатые люди или те, кто готов влезть в огромные долги, могут успевать за ними. Если не считать кратковременного чувства волнения, которое вы испытываете, покупая новый популярный продукт и показывая его друзьям, удовольствия материализма мимолетны. Многие вещи приятно покупать, но не так уж и приятно владеть ими. Повышение нарциссизма, которое вы получаете от победы над Джонсами, длится только до тех пор, пока они не получают свой новый BMW или домашний кинотеатр.

Материализм также является настоящим камнем преткновения в отношениях нарциссов. Партнеры нарциссов, например, часто говорят, что интерес нарциссов к материальным благам мешает отношениям. Парни скажут, что ее больше интересуют приборы из нержавеющей стали, модные сумки и туфли Manolo Blahnik, чем наши отношения. (Просто вставьте «огромный телевизор с плоским экраном, часы Rolex и дорогие костюмы», чтобы сменить пол.) Партнеры правы: если вы можете получить социальный статус либо от дорогих часов, либо от трофейного партнера, что это значит? Нарциссы также сортируют своих друзей по материальным стандартам. 34-летняя Карен похвасталась перед группой друзей, что купила не одну, а целых три сумки для подгузников Coach, добавив, что ждала, чтобы поделиться этой новостью до тех пор, пока не ушли друзья, которые не были достаточно модными, чтобы оценить ее вкус. Ее совет тем, кто еще не родил ребенка, заключался в том, чтобы использовать сумки, чтобы подкупить медперсонал.

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

Мы должны обеспечить политику, исключающую возможность для нарциссического материализма выйти из-под контроля. Ужесточение правил ипотечного кредитования явно необходимо, чтобы обуздать опасную самоуверенность как банков, так и покупателей жилья. Единственный способ предотвратить нарциссический риск при ипотеке — объявить его вне закона.

Усиление контроля над кредитными картами также поможет обуздать расходы. Кредит сам по себе не является чем-то плохим; Создание богатства почти всегда связано с кредитом (достаточно взглянуть на баланс любой компании). Однако большая часть потребительского долга не приносит заемщику более высокой прибыли и поэтому часто является ошибкой. Банки должны прекратить выдавать кредиты людям, которые не могут позволить себе платить. Звучит просто, но таких правил в настоящее время нет.

Многие «статусные» товары, например автомобили и одежда, быстро обесцениваются. Один из простых (но нелегких) способов воспрепятствовать обмену статуса на долг – это изменить социальные нормы, которые делают использование кредита социально приемлемым. Всего несколько поколений назад людям было стыдно быть в долгах.

Также должно быть больше стимулов для сбережений. С помощью кампании в СМИ или других средств экономия снова должна стать крутой. Это сложно сделать, потому что американцы рады похвастаться тем, сколько денег они потратили, но считают невежливым говорить о том, сколько они сэкономили. Если бы это можно было изменить так, чтобы люди могли получать статус, экономя деньги, а не тратя их, это противодействовало бы нарциссическому материализму. Как насчет того, чтобы устроить телешоу Уоррена Баффета?

Точно так же американцы могли бы попытаться совместить более низкий уровень материализма и про-экологического поведения с нарциссизмом и самолюбованием. Такое психологическое дзюдо трудно, но не невозможно. Это означало бы превращение фразы «меньше значит больше» в источник самолюбования. Сложность в том, что легко хвастаться вещами, например, новым iPhone или сумочкой. Сложнее хвастаться отсутствием вещей. Один из способов сделать это — сделать «нематериалистический образ жизни» брендом и каким-либо символом. Вам нужно сказать миру: «У меня куча денег и статуса, но я настолько выше материальных благ, что мне не нужно ими хвастать». Также может существовать общественное движение, которое, как и все социальные движения, состоит из определенного стиля одежды и выбора продуктов — в данном случае менее дорогих вещей. Главное, чтобы этот выбор выглядел крутым.

Родители также могут играть большую роль в воспитании менее материалистичных детей. Конечно, родители хотят сделать своих детей счастливыми, а дети хотят чего-то. Родители покупают им вещи – и дети счастливы, но лишь на короткий период времени. Потом они захотят еще больше вещей. Если бы в вашем уме каждый раз, когда мы думали о покупке вещей вашему ребенку, вы заменяли бы их словом «крэк», это значительно облегчило бы рассуждения: «Я хочу, чтобы моя дочь была счастлива». Крэк делает мою дочь счастливой. Поэтому я куплю ей крэк. Это сделает ее счастливой на короткое время, а потом ей захочется еще крэка. Покупать ребенку больше игрушек в таких терминах звучит не так уж и хорошо. Мы, конечно, не говорим, что вещи такие же плохие, как крэк, и каждому ребенку нужны какие-то свои вещи, но ясно, что у детей в Америке слишком много вещей. У этого должен быть предел.

На дни рождения или праздники хорошим подходом будет подарить детям только одну игрушку и несколько подарков, имеющих личное значение, например открытки или подарки, сделанные своими руками. Детей также можно поощрять дарить подарки, созданные лично. Детский рисунок со словами «Мама, я люблю тебя» стоит гораздо больше, чем все, что он мог бы купить. Но это должно происходить в обе стороны — иначе у ребенка

возникнет мысль, что можно дарить вещи, которые не стоят денег, хотя он сам не хотел бы таких подарков.

Образование также может помочь. Студентам редко рассказывают о сбережениях и расходах, особенно о силе сложных процентов в любом направлении. Общество было бы намного лучше, если бы в школах обучали учащихся основным экономическим принципам. С увеличением продолжительности жизни и снижением пенсий нашим детям придется очень и очень рано начинать откладывать на пенсию. Образование также может помочь понять, насколько легко задолженность по кредитной карте может выйти из-под контроля и почему брать ипотечный кредит, стоимость которого составляет 80% вашего дохода – не лучшая идея.

Хотя Кит обычно ненавидит выступать за усиление государственного регулирования, мы оба согласны с тем, что это может быть одним из немногих способов сократить потребление настолько, чтобы улучшить окружающую среду. Как уже много лет отмечают экономисты, поведение людей определяется стимулами. Если нет стимула экономить воду (то есть вода стоит очень мало), мало кто будет экономить воду. Осенью 2007 года, например, Джорджия испытала сильнейшую засуху. Хотя существовали правила использования воды на открытом воздухе, использование воды в помещениях вообще не регулировалось. Даже в разгар засухи Кит мог принять 20-минутный душ и заплатить всего гроши. В штате закончилась вода через несколько недель, когда наконец пошли зимние дожди. В следующий раз жителям штата может повезти не так сильно. Использование большего количества воды, чем вам положено, должно стоить больше денег, если вы хотите прекратить расточительство.

Еще одним важным направлением перемен является совершенствование технологий. Если американцы собираются продолжать потреблять, несмотря ни на что, было бы полезно разработать технологии, которые позволили бы нашей материальной зависимости наносить меньший ущерб окружающей среде. Так называемые «зеленые» технологии начинают завоевывать популярность. Стимулы снова играют ключевую роль. Джин, вероятно, не тратила бы тысячи долларов на солнечную систему отопления для своего бассейна, если бы газовое отопление было недорогим, как это было десять лет назад. Но теперь оно того стоило, поскольку отопление бассейна газом может стоить более 1000 долларов в месяц. После первоначальной стоимости солнечное тепло ничего не стоит и является экологически чистым и устойчивым ресурсом.

К счастью, защита окружающей среды находится на пути к тому, чтобы считаться крутой. Социальные нормы меняются: предприятия изучают «зеленые» варианты, а знаменитости покупают Prius направо и налево. Но нам еще предстоит пройти долгий путь, поскольку те же знаменитости владеют многими домами и летают на частных самолетах, и очень много людей читают об этом образе жизни в журналах со светской хроникой или видят его по телевизору. Наличие «Приуса» не особо поможет, если он

припаркован перед вашим шестым домом и на его бампере наклеена надпись «Побеждает тот, кто умрет с наибольшим количеством игрушек».

ГЛАВА 11

Семь миллиардов оттенков неповторимости. *Уникальность*

Из всех обязанностей родителя, дать ребенку имя — одна из самых пугающих. Это ярлык, который ваш ребенок будет носить всю свою жизнь — если только вы действительно облагаетесь, и тогда он может его изменить. Самая большая тенденция в детских именах в последнее время — это не конкретное имя; дело в том, что меньшее количество детей получают общие имена. Классический пример того, как «альтернативная» или «индивидуалистическая» точка зрения становится более популярной, чем мейнстрим, который она должна была критиковать, уникальные имена сейчас в моде. Администрация социального обеспечения собрала базу данных имен, данных каждому американскому ребенку, родившемуся с 1879 года, предоставив достаточно данных для проверки этой гипотезы. (Возможно, вы захотите проверить это самостоятельно на [сайте www.ssa.gov/OACT/babynames/](http://www.ssa.gov/OACT/babynames/))

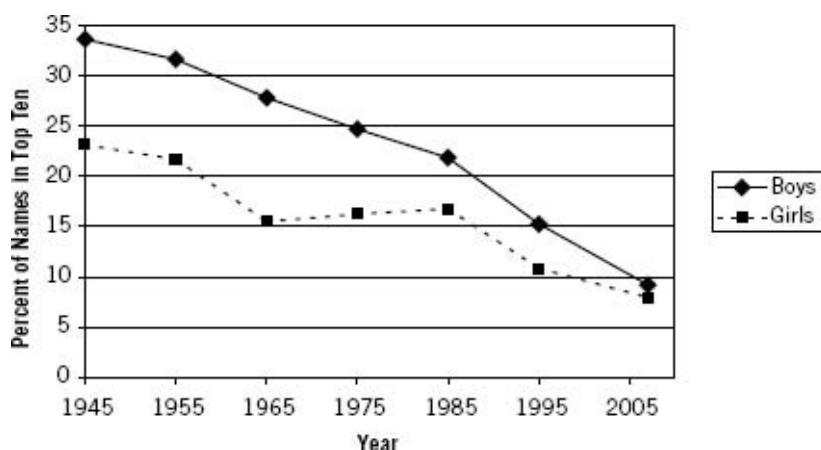
В 1946 году более 5% мальчиков называли Джеймсом, а более 4% девочек — Мэри. Итак, всего два поколения назад около 1 из 20 детей получали самое популярное имя в этом году. Один из трех мальчиков получил имя, входившее в десятку по популярности, как и каждая четвертая девочка. Половина мальчиков 1946 года рождения получила одно из 23 рейтинговых имен. В то время, когда давали ребенку имя, речь шла о принадлежности и приспособлении, а не об уникальности и выделении. Во многих семьях было несколько родственников, носивших одно и то же имя. Например, Кейт делит свое имя Уильям со своим отцом, дядей и дедушкой. Эта традиция простирается настолько далеко, насколько может проследить его семья.

Но за последние несколько десятилетий родители устали от обычных имен и захотели для своих детей чего-то уникального. Поначалу прогресс шел медленно: уже в 1987 году 3% мальчиков называли Майклом, а 3% девочек — Джессикой, причем 1 из 5 мальчиков и 1 из 6 девочек получили одно из десяти самых популярных имен. Затем, в 1990-е годы, уникальные имена стали популярными, и все меньше и меньше детей получали общие имена. К 2007 году только 1% детей получили самое популярное имя своего пола (Эмили или Джейкоб), и только 1 из 12 девочек и 1 из 11 мальчиков вошли в топ-10 по имени. Представьте себе первоклассный класс. На перемене по детской площадке бегают 30 детей. В 1952 году в среднем первом классе можно было найти по крайней мере одного мальчика по имени Джимми. В 1993 году в каждом классе был хотя бы один Майкл. Когда в 2013 году дети 2007 года пойдут в первый класс, вам понадобится шесть классов детей на детской площадке, чтобы найти хотя бы одного Джейкоба, даже несмотря на то, что это самое популярное имя для мальчиков. Эту тенденцию нельзя объяснить изменениями в этническом составе, такими как увеличение

числа американцев латиноамериканского происхождения — та же тенденция к уникальным именам проявляется в шести штатах США с наименьшим процентом латиноамериканцев в их населении.

Имя, которое вы получаете от своих родителей, — это всего лишь первый шаг в жизни, когда вы пытаетесь выделиться, быть уникальным и отличаться от других — одна из центральных целей американцев, которая возникла лишь недавно. Раньше было хорошо иметь обычное, популярное имя, отчасти потому, что за странное имя могли и побить. Сейчас считается лучше выделяться как личность и быть «уникальным». (На самом деле, 223 младенца, родившихся в 1990-х годах в Калифорнии, были названы Юник, а некоторые родители шли ещё дальше, давая такие имена, как Уник, Унек или Унекки.) Теперь родители скажут: «Я никогда не слышал ни о ком по имени Кумкват,» и назовут так ребенка. (Эта тенденция существовала задолго до того, как такие сайты, как Администрация социального обеспечения, упростили определение того, какие имена были уникальными, а какие распространенными.) Уникальное написание также в моде — зачем называть ребенка Майклом или Кевином, если они могут быть Мичалом или Кевеном? Существует как минимум 10 способов написания имени популярной девушки Жасмин (включая Jazmine, Jazmyne, Jazzmin, Jazzmine, Jasmina, Jazmyn, Jasmin, and Jasmyn). «Сегодня существует мнение, что дать имя ребенку — это почти то же самое, что дать название продукту: сейчас существует огромное национальное стремление не быть похожим на кого-либо еще», — говорит автор книги *«Мастер детских имен»* Лаура Ваттенберг.

Процент американских детей, получивших общие имена, 1945–2007 гг.



Источник: Твенге, Дж. М., Абебе, Э. М. и Кэмпбелл, В. К. (2008). Соответствовать или выделяться: тенденции в выборе американскими родителями имен для детей, 1880–2007 гг. Рукопись на рассмотрении.

Обсуждения имен часто встречаются на досках объявлений для будущих родителей, таких как babycenter.com. Одна будущая мать подумывала назвать сына в честь отца, на что ей было написано: «Я бы этого не сделала. Каждый заслуживает своего имени и своей индивидуальности». Другая группа

родителей спорила между Изабеллой и Софией, двумя именами из первой десятки. «Я не голосовала сегодня. На мой вкус, Изабелла и София слишком популярны! Я вижу или слышу какую-нибудь Изабеллу каждый день!» написала одна женщина, назвав себя «мамой принцесс Блэр и Хейли». Еще есть родители, которые хотели назвать своего сына Океаном. В одном из ответов девушка говорила, что ей понравилась эта идея, и было написано: «Мне она нравится, потому что она не слишком популярна». Другой написал: «МНЕ НРАВИТСЯ эта идея! Это показывает, что у вас есть воображение и вы не просто хотите следовать за толпой». Другие комментаторы с этим не согласились. «Если вы назовете своего ребенка Океаном, из него будут выбивать сопلي каждый день», — написал один из них. «Родители становятся слишком одержимы идеей назвать своего ребенка как-то по-другому. Хотя это нормально, не называйте своего ребенка чем-то, что будет его преследовать». Даже этот комментарий показывает, что уникальное имя — это нормально, если оно не *слишком* уникально.

И снова мы должны поблагодарить знаменитостей за эту тенденцию. Независимо от того, что вы думаете о таких именах, как Эппл, Сури, Шайло, Финнеас или Кал-Эл, нет никаких сомнений в том, что они уникальны (если вы не читаете *Us Weekly* так регулярно, как Джин, это отпрыски Гвинет Пэлтроу, Тома Круза, Брэда Питта, Джулии Робертс и Николаса Кейджа, соответственно). В идее о том, что имя вашего ребенка должно выделяться, есть элемент нарциссизма. Автор *Библии детских имен* Линда Розенкранц объясняет: «Знаменитости жаждут быть в центре внимания и хотят, чтобы их дети разделили эту уникальность». Сравните имена потомков упомянутых знаменитостей с Элвисом, который, сам являясь обладателем необычного имени, назвал свою дочь Лизой Мари, и Элизабет Тейлор, двоих сыновей которой зовут Майкл и Кристофер.

Желанию дать ребенку уникальное имя одновременно способствовали и диктовали технологии. Некоторые будущие родители теперь гуглят имена, прежде чем выбрать одно — хорошая идея, потому что тогда вы сможете избежать невольно назвать своего ребенка в честь серийного убийцы или плохого музыканта. Поклонники фильма «*Офисное пространство*» наверняка помнят персонажа по имени Майкл Болтон, который не был тем Майклом Болтоном; люди спрашивали его: «Ты родственник этого певца?» «Нет, просто совпадение», — отвечал он устало. Когда люди предлагали ему использовать имя Майка, он говорил: «Почему я должен менять имя? Это он отстой, а не я». Однако многие родители не хотят, чтобы их ребенка назвали в честь кого-то, плохого *или* хорошего, и поэтому стараются выбрать имя, которое вообще не появляется в Интернете. Если ваше имя достаточно уникально, люди легко смогут найти вас в Google. Имя Джин попадает в эту категорию, в основном из-за ее непроницаемой англоязычной норвежской фамилии (она произносится как «Тванги»), но введите имя Кита в Google без буквы W и первый сайт, который вы увидите — парня, называющего себя «Архитектором волос». И нет, это не вторая работа Кита. Вы также встретите ученого Кита Кэмпбелла, который помог клонировать овцу Долли,

о чем Кит знает, потому что он получил письма с ненавистью для другого Кита.

Уникальные имена не обязательно плохи, и мы не собираемся выносить о них суждения. Например, у старшей дочери Кита, Мак-Кинли, есть такая фамилия — это семейная фамилия, поэтому довольно редкая. Но индивидуалистический акцент на том, что дети уникальны и непохожи, идеально вписывается в эпидемию нарциссизма. Шкалы нарциссизма достоверно коррелируют со стандартными оценками потребности в уникальности, поскольку нарциссам нравится идея выделиться и отличаться от других людей.

У более уникальных имен есть некоторые преимущества: в школах больше не будет путаницы из-за того, что в одном классе много детей с одинаковыми именами (Джессика Р., знакомьтесь, Джессика К.). Однако, поскольку тенденция к созданию уникальных имен сохраняется, учителям будет трудно запомнить все необычные имена своих учеников, особенно «интересные» варианты написания.

Если оставить в стороне преимущества и недостатки, тенденция к более уникальным именам многое говорит о нашей культуре. Ритуалы присвоения имени занимают центральное место в культурах всего мира и всегда были таковыми. Имена, которые мы выбираем для наших детей, раскрывают наши самые сокровенные желания и желания. Теперь мы так горячо желаем, чтобы наши дети выделялись из толпы, что с рождения снабжаем их уникальными ярлыками.

Я ТОЖЕ НЕ КАК ТЫ

Реклама подгузников начинается с того, что парень лет тридцати с небольшим исполняет движения Джона Траволты под музыку 70-х годов рядом со своей дочерью-малышом. «Это твой папа», — говорит веселый женский голос. «К счастью, ты двигаешься не так, как он. В детстве вы развиваете свой собственный уникальный способ передвижения.... Ramperers Cruisers — за свободу выбирать собственные движения».

С первых продуктов, которые мы используем, американская реклама апеллирует к нашему желанию быть уникальными и непохожими. Э то начинается, когда мы надеваем подгузники, и становится еще сильнее, когда становимся подростками и взрослыми. Представьте себе, что вы заказываете в кафе капучино без кофеина с обезжиренным молоком. В Соединенных Штатах никто не будет подвергать сомнению этот порядок, и вы будете рады получить продукт именно таким, каким вы его хотели. Однако если вы разместите тот же заказ в кафе в Корее, официант может быть раздражен тем, что вы заказываете что-то совсем другое, и вам будет стыдно, что вы попросили что-то настолько необычное. То же самое могло быть верно и в Соединенных Штатах не так давно; представьте себе, что в 1975 году вы пытаетесь заказать капучино без кофеина с обезжиренным молоком — и, скорее всего, в итоге вы выпьете чашку обычного кофе с немолочными сливками. Однако с 90-х годов Starbucks предложила так много различных

комбинаций вариантов, что существует более 19 000 возможных заказов кофе, что позволяет как минимум 19 000 из нас быть уникальными в наших заказах кофе. Triple grande со льдом без кофеина с пятью дозаторами мокко кому-нибудь?

В рекламе широко распространен акцент на уникальности. Bank of America предлагает вам «сделать свою кредитную карту такой же уникальной, как вы сами, добавив специальную функцию». Capital One рекламирует свою «Card Lab», где вы можете настроить каждый аспект своей кредитной карты, включая выбор любого изображения в качестве фона карты. Автомобили можно персонализировать, комбинируя сотни опций. В 2006 году Wendy's продала уникальность по выгодной цене в 1,99 доллара и добавила в качестве бонуса гамбургер: «Пол готовит гамбургеры Пола, а не обычный гамбургер Джона Доу. Не иди на компромисс. Персонализируй... Возьми гамбургер, приготовленный специально для тебя». Реклама Mazda с энтузиазмом гласит: «Наконец-то кто-то создал автомобиль, который подстраивается под вас, а не наоборот». После десятилетий продажи стандартных размеров такие компании по производству одежды, как Lands End, теперь предлагают рубашки, сшитые на заказ. Детский компакт-диск «*Sing Along with Elmo and Friends*» теперь доступен в более чем 100 версиях, каждая из которых имеет свое имя, так что дети могут слышать, как Элмо произносит их имя, и петь специально для них. Теперь вы можете покупать футболки по индивидуальному заказу, конфеты M&M's, печенье с предсказаниями, игральные карты и календари.

Можно было бы сделать вывод, что продукты персонализируют, потому что это помогает их продавать. Но такая реклама работает преимущественно в Соединенных Штатах. Когда Хиджон Ким и Хейзел Маркус изучили рекламу в американских и корейских журналах в 1999 году, они обнаружили, что корейская реклама опирается на соответствие и традиции при продаже продукции. («Наша компания работает над построением гармоничного общества»; «Наш женевский напиток производится по методам 500-летней традиции»). Вместо этого американская реклама возвещала об уникальности. («Обставьте Джонсов», «Интернет не для всех. Но опять же, вы не все».) Реклама — это не просто развлечение, она является частью системы, которая передает культурные ценности людям. Как пишут Ким и Маркус: «Сообщения в американской рекламе убеждают американцев в том, что быть уникальными — это правильный образ жизни, а сообщения в корейской рекламе убеждают корейцев, что быть похожими на других — это правильный образ жизни, и, таким образом, увековечивают эти культурные ценности». В той же статье сообщается об интригующем эксперименте: когда им предлагали на выбор несколько ручек, четыре из которых были одного цвета, а одна — другого, корейцы с большей вероятностью выбирали одну из ручек общего цвета, а американцы — ручку другого цвета.

Американская реклама не всегда так подчеркивала уникальность. Когда-то темы групповой гармонии и численности были более распространены, чем сейчас. Хотя Coca-Cola в 1925 году призывала потребителей «освежиться»,

они также подчеркивали, что «шесть миллионов в день» выпивали их продукт, «напиток для общения». К 1956 году он был провозглашен «самым дружелюбным напитком на земле». В 1963 году слоганом Соке было «С кока-колой дела идут лучше», а одна реклама обещала «девушка, команда, веселье, друзья». Лозунгом Pepsi с 1953 по 1961 год было «Будь общительным». В рекламе сигарет Lucky Strike 1964 года говорится: «Сигарета помогает завоевывать друзей... или терять их. Все зависит от вкуса... Кажется, так думают миллионы курильщиков Lucky».

Сегодня все должно быть уникальным, в том числе и наши свадьбы. Как отмечается в статье на usabride.com: «Внося свои личные штрихи в свадебную церемонию, пары могут быть уверены, что их индивидуальность будет полностью отражена в свадебном дне». Это включает в себя написание свадебных клятв специально для вас, поскольку «пары часто обнаруживают, что их собственные слова могут быть более значимыми, чем традиционные клятвы». Мы не говорим, что это плохо; это просто еще одно проявление акцента на уникальности, столь распространенного сейчас. До 70-х годов было неслыханно писать собственные свадебные клятвы.

Знаменитости – суперраспространители нарциссизма – также любят давать индивидуальные советы. Бриттани Мерфи советовала: «Культивируйте индивидуальность. Никогда не пытайтесь выглядеть так, как кто-то хочет, чтобы вы выглядели. Идите и покрасьте волосы в розовый цвет, если вас это радует». Конечно, у вас будет много свиданий/работ/актёрских ролей с розовыми волосами. Если бы Мёрфи действительно последовала собственному совету, он звучал бы примерно так: «Оставайся такой же толстой, какой был в «Бестолковых», если это делает тебя счастливым. Не пытайся похудеть только потому, что кто-то (например, весь Голливуд) этого хочет». Люди описывают советы Дрю Бэрримор по стилю как «Следуй своему сердцу» и «Нарушай правила». Совет Бэрримор: «Просто продолжайте рисковать и действовать, и не заботьтесь ни о чем... не одевайтесь чтобы понравиться кому-то другому». Это было в выпуске *People's Best and Worst Dressed*, где высмеиваемые звезды из раздела журнала «худше всего одетые» сильно рисковали, явно одевались не так, как хотелось бы кому-то другому, и, очевидно, следовали не тому сердцу.

Ценность уникальности преподается в американской культуре очень рано. Детский сад на Манхэттене объявил сентябрь «Месяцем всего обо мне», а первую неделю назвал «Фокус на личности». План урока для класса двухлеток: «Сегодня каждый из нас будет «изучать» себя в зеркале». Цель заключалась в том, чтобы каждый ученик заметил свои индивидуальные качества. («Меня зовут Фред. У меня рыжие волосы».) Также активно преподавалась связь между уникальностью и предпочтениями в отношении продуктов. На уроке отмечалось, что «учащимся будет предложено учитывать их индивидуальные предпочтения», включая выбор любимого животного, цвета и еды.

Многие родители даже хотят дать своему ребенку уникальное образование, что является одной из многих причин перехода на домашнее обучение. «Школы представляют собой модели конформизма: вместо этого они учат детей делать то, что им говорят, и тогда, когда им говорят. Любопытство и независимое мышление подавляются. Универсальный подход к образованию не лучший вариант для детей», — написал родитель из Северной Каролины, комментируя статью на сайте msnbc.com. Есть небольшое движение, которое продвигает персонализированное образование еще дальше. При «анскулинге» дети решают, чему они хотят научиться (если вообще хотят) в конкретный день. Сейчас детей, не посещающих школу, в пятьдесят раз больше, чем 20 лет назад: по состоянию на 2006 год их было от 100 000 до 200 000. Эксперты в области образования говорят, что это число растет на 10–15% каждый год. Центральный принцип анскулинга заключается в том, что дети должны делать то, что хотят. Как поясняется на веб-сайте, посвященном анскулингу, дети «создают структуру, соответствующую его или ее собственным целям», и «в центре внимания находится выбор, сделанный каждым отдельным учеником». Это идеальное индивидуальное обучение без установленного расписания и планов уроков. Даже в детстве ты сам себе начальник и можешь делать все, что захочешь. Как выразился один критик: «Что происходит, когда ребенок устраивается на работу и ему «не хочется» работать?»

Американская одержимость уникальностью часто противоречива. Реклама, кажется, говорит, что каждый должен покупать продукт, потому что он позволит вам почувствовать себя уникальным... но, конечно, все, что популярно, не может быть уникальным. Акцент также делается на том, чтобы быть разными, но не *слишком* разными. Конечно, для женщины уникально решение не брить ноги, но реклама не продвигает это конкретное выражение индивидуальности или что-то еще, что не соответствует нынешнему узкому представлению о «горячем». В сегодняшней тщеславной культуре уникальным может быть выбор уделять мало внимания своей внешности, но это не та уникальность, которая продает.

Также несколько странно, что одержимость уникальностью возникает в то время, когда людей становится все больше и больше. Мир стал более перенаселенным, чем раньше: больше пробок, длинные очереди, огромные классы в университетах и меньше индивидуального обслуживания для обычного человека. Теперь разговор с реальным человеком для бронирования билетов на самолет стоит дополнительных денег. Несмотря на то, что каждый из нас уникален, к нам относятся безлично в потребительской культуре, которая делает нас номером: номером клиента, номером пациента, номером социального страхования, номером бронирования.

MYSPACE И IPOD: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТ ПЕРВОГО ЧЕЛОВЕКА — НЕ СОВПАДЕНИЕ

Телевидение, до недавнего времени имевшее наибольшее влияние среди средствах массовой информации, не очень демократично. Небольшая группа людей решает, что будет показываться по телевидению, и размещает это там. Эта группа стала немного больше с появлением кабельного телевидения

и рекламных роликов в 1980-х и 90-х годах, но можно было с уверенностью сказать, что не каждый может иметь свое собственное телешоу.

Теперь это возможно благодаря YouTube. С появлением MySpace и Facebook каждый может иметь собственную веб-страницу. В Second Life вы можете создать свою собственную виртуальную реальность. Как мы выяснили в главе 7, самопровозглашение уникальности Интернета создало новые способы выделиться как личность в нашей все более нарциссической культуре. Мобильные телефоны позволяют каждому члену семьи иметь свой собственный телефон. Братьям и сестрам-подросткам больше не придется ссориться по телефону или нервно спрашивать отца своего возлюбленного: «А Якоб дома?» Вы также можете персонализировать свой телефон, украсив его стразами, уникальной мелодией звонка и обоями экрана по вашему выбору.

Технологии также позволяют нам настраивать наши медиа. My Yahoo! позволяет вам самостоятельно выбирать источники новостей, обновления портфеля акций, результаты спортивных команд и гороскоп. У вашего iPod, вероятно, есть лишь несколько общих песен с моими (или вообще их нет). Вы можете использовать TiVo или DVR для просмотра шоу, когда захотите. Положительным моментом является то, что вам не придется высиживать то, что вам не нравится. Обратной стороной является то, что средства массовой информации перестают быть коллективным опытом, становясь, скорее, индивидуальным опытом. Никогда больше не будет такого лета, как в 1967 году, когда все, кто моложе 40 лет говорили о *Клубе одиноких сердец сержанта Пеннера* и все слушали альбом с песнями в одном и том же порядке. Разговоры о том, что произошло в «Анатомии страсти» в четверг вечером, не всегда могут состояться в пятницу утром, так как многие люди откладывают шоу, чтобы посмотреть его на выходных.

Самым большим исключением из этого правила являются реалити-шоу, такие как *American Idol*, которые большинство людей смотрят в прямом эфире — возможно, это одна из причин, по которой они остаются такими популярными. Однако есть еще одна, более нарциссическая причина его популярности: каждый, кто смотрит шоу, имеет возможность формировать его, голосуя за участников. «Судьи» *Idol* просто высказывают свое мнение; отдельные американцы решают, кто останется и кто победит (что объясняет такие странности, как Санджая из 2007 года). В одном реалити-шоу 2007 года зрителям предлагалось проголосовать за то, «мечта всей жизни» какого участника сбудется. В 2003 году шоу «Женат на Америке» предлагало зрителям проголосовать за участников мужского и женского пола, планируя, что двое поженятся в прямом эфире. К счастью для всех, свадьба не состоялась. Но послание было получено: телевидение теперь демократично, и каждый имеет право голоса.

Вскоре появится способ избежать такого плохого телевидения и смотреть только то, что вы хотите, и не программируя свой TiVo. Программа под названием Joost, разработанная теми же ребятами, которые изобрели Skype,

выведет в Интернет 50 телеканалов. В конечном итоге появятся тысячи каналов, каждый из которых будет воспроизводиться по усмотрению человека. «Сегодня телевидение — это 500 каналов, но мы недалеко от мира с 5000 каналов», — говорит генеральный директор фирмы, специализирующейся на интернет-телевидении. «И через 10 лет мы легко сможем присутствовать на 50 000 каналах со всего мира». И тогда атомизация развлечений будет полной.

Я ОСОБЕННЫЙ. ПОСМОТРИ НА МЕНЯ!

Один из пунктов опросника нарциссической личности (NPI) — «Я думаю, что я особенный человек» (ненарциссический выбор — «Я не лучше и не хуже, чем большинство людей»). Ощущение особенности — одна из центральных черт нарциссизма, помогающая оправдать веру нарцисса в то, что можно нарушить очередь, получить что-то даром и относиться к другим как к неполноценным. Менее нарциссичные люди любят говорить: «Да, я особенный, но и все остальные тоже». Но *может ли* каждый быть особенным? Словарь *американского наследия* определяет «особенное» как «превосходящее то, что является обычным или обычным; исключительный: [например,] особый случай». Таким образом, логически невозможно, чтобы каждый был особенным. В этом могут разобраться даже маленькие дети. В колонке в *Minneapolis Star Tribune* Кэтрин Керстен описала реакцию своей тогдашней семилетней дочери на школьный день, когда каждый ребенок носил значок с надписью «[Пробел] особенный» и заполненным именем. Она прокомментировала: «Мама, если все особенные, то никто не особенный».

А как насчет идеи о том, что «каждый особенный по-своему», как говорится в песне из «*Классного мюзикла*»? Возможно, но учитывая, что в мире проживает почти 7 миллиардов человек, это много чего особенного. Это больше похоже на уникальность, чем на что-то особенное: это два разных слова, которые многие люди используют как синонимы. Быть уникальным подчеркивает разницу, но не обязательно превосходство, тогда как быть особенным означает быть звездой и получать особое отношение — не просто другое, но лучшее, чем то, что получают все остальные. Детям часто подчеркивают уникальность такими фразами, как «Нет никого в мире похожего на тебя». В песне воскресной школы для дошкольников говорится: «У меня волосы особого цвета. Мои глаза и кожа тоже. Бог создал меня не таким, как ты». В светских школах дети усваивают тот же урок, когда им говорят, что «каждый человек — уникальная снежинка». (Или, как пародирует это www.despair.com: «Индивидуальность: всегда помните, что вы уникальны. Как и все остальные».)

Особенный — это уникальность с дополнительным плюсом, заключающимся в том, чтобы быть великим: особенный, не просто уникален и не похож на других, но и *лучше* (если только кто-то не имеет в виду «особенности развития» или, как несколько жестоко выразился один из респондентов нашего веб-опроса, «специальный автомобиль»). Обсуждая с людьми уникальность, мы часто слышим аргумент, что каждый действительно уникален, потому что у него есть свой уникальный отпечаток пальца, или

ДНК, или он единственный человек, который имел именно такой жизненный опыт, или она единственная, кто занимает ее собственное положение в пространстве и времени. Это верно. В этом смысле мы все уникальны, так что это обыденная уникальность. Однако ничто из этого не делает нас особенными.

В статье Associated Press о нашем исследовании роста нарциссизма названа пунктом из опросника NPI «Я думаю, что я особенный человек». Заканчивается статья цитатой студентки Университета Вермонта Кари Далеин: «Было бы еще печальнее, если бы люди ответили: «Нет, я не особенный». Кари не одна такая; мы получили лавину вопросов по этому поводу. «Всем нравится слышать, что они особенные, и разве не было бы просто жутко, если бы семилетние дети ходили вокруг и говорили: «Я не особенный?» — задается вопросом *Daily Kent Stater* в Огайо. Когда Джин давала радиоинтервью на эту тему, многие звонившие были шокированы, когда она предположила, что чувствовать себя особенной — это нехорошо. Газетные обозреватели, такие как Джо Вулопас из «*Новой Эры в Ланкастере* (Пенсильвания)», ответили на это предложение словами: «Бооооожжжеее ... Эти исследователи расстроены тем, что их мамы и папы не сказали им, что они особенные?» (Да, именно поэтому мы и пошли в психологию.) Вулопас отметил, что регулярно здоровается с дочерью словами: «Ты самая красивая маленькая принцесса на свете!» и настоял на том, чтобы продолжит говорить ей: «Ты особенная...» **КАЖДЫЙ РАЗ, КОГДА БУДЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ**». *The Reading Eagle* (Пенсильвания) утверждает, что, если родители «перестанут говорить своим детям, что они особенные, попытаюсь удержать их от нарциссизма, они рискуют подорвать уверенность своих детей в себе». В нашем онлайн-опросе мы задали вопрос: «Важно ли говорить детям, что они особенные?» Николь, 29 лет, дала версию самого популярного ответа: «Определенно. Это повышает самооценку и уверенность, и я считаю, что это также помогает им уважать других».

В каком-то смысле эти ответы служат для нас аргументами. Мы — нация, заикленная на идее быть исключением из правил, выделяться и быть лучше других — другими словами, быть особенными и самовлюбленными — и мы настолько окружены этим идеалом, что нас шокирует, если кто-то усомнится в этом. Рыбы не осознают, что находятся в воде.

Но чувствовать себя особенным — это нарциссизм, а не чувство собственного достоинства, не уверенность в себе, и это далеко не то, что нам стоит воспитывать в своих детях. Есть разница между нарциссизмом и уверенностью в себе. Вы можете сказать своему ребенку, что он хорошо разбирается в математике или что он *будет* хорош в математике, если будет усердно работать, не говоря ему, что он «особенный». Ощущение себя особенным может дать людям ощущение комфорта с оттенком величия, но в реальном мире сотрудничества с другими, ожидания в очередях и подрезания на автостраде это просто приводит к разочарованию. И вряд ли это приведет к уважению к другим, как предполагала Николь; люди, считающие себя особенными, часто хотят быть исключением из правил, что обычно

несправедливо по отношению ко всем остальным. И нет, мы не говорим, что вы должны надрать задницу своему пятилетнему ребенку в баскетболе, чтобы дать ему точную оценку его способностей, или сказать своей дочери, что у нее плохо с правописанием, когда она только учится. Мы утверждаем, что лучше вообще не сосредотачиваться на «особенности», а вместо этого сосредоточиться на любви к обучению и на вознаграждаемых усилиях.

Хотя каждый не может быть особенным, каждый уникален. Но почему мы должны подчеркивать наши различия, а не сходства? Возможно, мы все уникальны, но у нас также много общего опыта, проблем и черт. Даже те, у кого менее распространенные проблемы — например, физическая инвалидность, генетическое заболевание или зависимость, такая как алкоголизм, — могут найти огромное утешение в группах поддержки, зная, что есть и такие же, как они.

Чрезмерный акцент на уникальности имеет и негативные последствия для отдельных людей. Исследования показали, что подростки, которых верят в миф о собственной уникальности, считают, что их никто не понимает. Подростки с такими убеждениями значительно чаще впадают в депрессию и думают о самоубийстве. Эти проблемы усугублялись по мере того, как подростки становились старше и все еще считали, что их никто не понимает, потому что они уникальны.

Мы сделаем одно исключение: дети, конечно, очень особенные для своих родителей. Как выразился 38-летний Кевин в нашем онлайн-опросе: «Для некоторых людей я особенный. Я особенный для своих родителей, своей семьи, своих друзей, своего романтического партнера, своих коллег, своих учеников. Каждый для кого-то особенный, но особенность относительна, а не абсолютна. Никто не является особенным по своей сути». Это решающая разница. Например, дочь Джин, Кейт, очень особенная для *нее*, но это не значит, что остальной мир должен относиться к Кейт как к особенной. Как бы мило это ни звучало, было бы несправедливо по отношению к другим детям в детском саду Кейт, если бы учитель относился к ней как к особенной. Честно говоря, это было бы несправедливо и по отношению к Кейт. Даже если бы Кейт действительно думала, что она действительно особенная, в конечном итоге она столкнулась бы с ситуацией, когда с ней обращались — о, ужас — так же, как со всеми остальными. Мишель, 30 лет, вспоминает, как ходила в церковь, где в воскресной школе преподавали фразу «Бог сделал меня особенной». «Разочарование пришло позже, потому что мы поняли, что сама жизнь не относилась к нам по-особому», — написала она. И если вы думаете, что мир *должен* относиться к каждому как к особенному, пришло время осознать, что это просто невозможно.

Любить своих детей и говорить им об этом — это *не* то же самое, что говорить им, что они особенные. Любовь создает для ребенка надежную основу и связь, на которую он может рассчитывать. Напротив, если сказать ребенку, что он особенный, это выделяет его среди других и создает отчуждение — рецепт нарциссизма. Любовь к своим детям обеспечивает надежную

основу, с помощью которой они могут исследовать мир, и не имеет подобных недостатков.

Подумайте вот о чем: что, если ваш ребенок действительно особенный? Если у него инвалидность (и у него «особые потребности»), вы, вероятно, надеетесь, что он сможет делать как можно больше типичных, неспециальных вещей. И если у вашего ребенка есть особые таланты — гениальный IQ, безупречный музыкальный слух или потрясающие спортивные способности — вы, вероятно, желаете того же, чтобы он все равно научился жить с другими и наслаждаться нормальной жизнью. Как родитель одаренного ребенка, вы, вероятно, гораздо больше сосредоточитесь на обучении смирению и внимательности, чем на рассказах своему ребенку, какой он особенный. Вы захотите, чтобы другие относились к ней «как к любому другому ребенку». Никто не любит высокомерных придурков, и даже одаренные дети не хотят, чтобы их считали принципиально отличающимися от всех остальных, поэтому большинство родителей не говорят ребенку, который действительно особенный, насколько он особенный.

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

Американский акцент на уникальности не является ни плохим, ни хорошим. Это культурная конструкция, которую большинство из нас воспринимает как нечто само собой разумеющееся, и со временем ее влияние возросло. Поскольку реклама постоянно призывает нас выделиться, покупая больше вещей, а двухлетних детей поощряют замечать, насколько они разные, соблазн уникальности перерос в нарциссизм. Как культура, американцы должны отказаться от чрезмерного акцента на уникальности.

Пришло время вернуться в реальность. Вы не можете быть уникальным бунтовщиком и одновременно вписаться в общество. Чтобы выжить в обществе, мы все должны следовать определенным правилам, и нам всем нужно что-то делать, чтобы вписаться в него. В этом нет ничего плохого. Также нет ничего плохого в том, чтобы делать что-то свое (в пределах разумного), но это не значит, что вас следует за это хвалить (а затем копировать, что в конечном итоге противоречит цели). Имена являются хорошим примером этого. Нет ничего плохого в том, чтобы дать ребенку обычное имя. Множество людей в предыдущих поколениях прекрасно пережили это, и, в качестве бонуса, каждый мог написать свое имя без ошибок. Уникальное имя не обязательно приводит к успеху, несмотря на успех Элвиса и Мадонны. Имя, которое есть и у других людей, — это хорошо, оно связывает вашего ребенка с другими людьми и может спасти его от ссор в начальной школе. И, если ваш ребенок действительно решит стать артистом, он или она может в этот момент сменить имя, как это сделали Боб Дилан, Элвис Костелло, Стинг и Боно.

Как родитель, задавайте вопросы школьным урокам, которые подчеркивают уникальность детей и говорят детям, что они особенные. Вместо того, чтобы дети изучали себя в зеркале, чтобы увидеть, насколько они разные, лучшим уроком было бы обратить внимание на то, в чем мы все похожи.

Вместо того, чтобы просить каждого ребенка выбрать любимую еду, каждый мог бы спросить другого ребенка, почему ему или ей что-то нравится или не нравится. Ребенок может быть удивлен, столкнувшись с точкой зрения, отличной от его собственной; это также более сложная когнитивная задача. Это учит сочувствию и взгляду на ситуацию со стороны – ценному навыку.

Не говорите своим детям, что они особенные. Скажите им, что вы их любите. Это двойная защита от воспитания избалованного, нарциссического ребенка: вы делаете упор на эмоционально близкие отношения вместо того, чтобы требовать особого отношения. Роль родителей и общества должна заключаться в том, чтобы помочь детям понять, что мир не вращается вокруг них. Как родители, мы знаем, каково это быть одержимым ребенком, и мы хотим, чтобы наши дочери знали, что мы любим их беззаветно. Именно поэтому мы не хотим учить их быть нарциссичными.

ГЛАВА 12

Запрос на дурную славу и рост грубости. *Антисоциальное поведение*

В жестоком нападении шесть девушек по очереди били другую девушку по лицу, швыряли ее о стены и били, крича на нее. В какой-то момент она потеряла сознание. Двое мальчиков стояли снаружи и следили, чтобы жертва не убежала. Избиение продолжалось 30 минут, в результате чего жертва получила сотрясение мозга, два подбитых глаза и повреждение левого уха. Находясь в тюрьме в округе Полк, штат Флорида, один из предполагаемых преступников хотел знать: «Освободят ли меня вовремя, чтобы завтра пойти на тренировку по чирлидингу?»

Избиение, которое в течение нескольких недель после этого в 2008 году транслировалось по телевидению, предположительно было мстью за оскорбление жертвой нападавших на ее странице MySpace. В этом деле был еще один характерный в эпоху Интернета поворот: как и все большее число подростковых драк, оно было записано на видео, чтобы его можно было разместить на YouTube.

Конечно, подростки старшего школьного возраста ссорились еще до того, как появились средние школы. Новое и потенциально связанное с нарциссизмом здесь — это тенденция искать славы, причиняя вред или даже убивая кого-то другого. Интернет-сайты и круглосуточные новости по кабельному телевидению сделали все более возможным стать знаменитым, и многих людей не волнует, что вместо этого они получают дурную славу. Поиск драк на YouTube обнаруживает сотни видеороликов, несмотря на рекомендацию сайта не публиковать видео с нападениями на людей. Часто их просто отмечают как «неподходящие для некоторых пользователей», но они остаются на сайте. Беглый поиск выявил множество видео боев, которые даже не были помечены. «Чем более возмутительный контент они разместят, тем больше людей посетит их сайт», — сказал Парри Афтаб, юрист, специализирующийся на конфиденциальности в Интернете. «Это делает знаменитыми, привлекает внимание и потому оказывает влияние».

Даже помимо стремления к славе, нарциссизм является значительным фактором риска агрессивного и жестокого поведения. В нашей культуре самолюбования кажется парадоксальным, что нарцисс, который, в конце концов, немало восхищается собой, может причинить вред кому-то другому. Американцы придерживаются идеи, что, если вы любите себя, вы будете нравиться и другим людям и, следовательно, не будете агрессивными. Однако нарциссы агрессивны именно потому, что очень любят себя и считают, что их потребности в приоритете. Им не хватает сочувствия к боли других людей, и они часто набрасываются, когда чувствуют, что не получают того уважения, которого заслуживают, — а они чувствуют, что заслуживают

многого, потому что они, конечно, лучше, чем все остальные. Посмотрим на исторические фигуры массовых убийц, таких как Гитлер, Пол Пот, Саддам Хусейн или Сталин. Они кажутся вам людьми с низкой самооценкой? Нет, они были настолько уверены в себе и своих убеждениях, что убили миллионы людей. Их нарциссизм позволял им игнорировать самые основные права других.

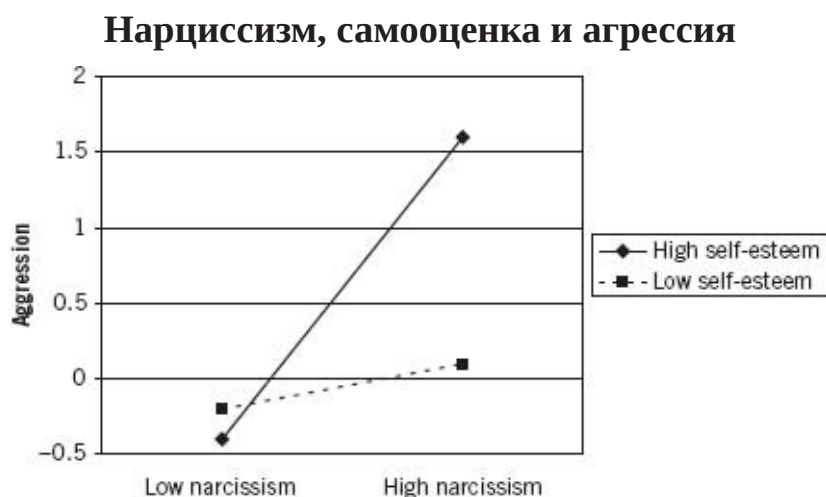
Нарциссы не обязательно агрессивны все время — если их не спровоцировать, они ведут себя так же, как и все прочие. Но они набрасываются, когда кто-то другой ставит их на ступеньку ниже. В серии экспериментов, проведенных Брэдом Бушманом и Роем Баумайстером, студенты колледжа писали эссе и получали сфальсифицированную обратную связь, якобы полученную от другого студента, в котором говорилось: «Это одно из худших эссе, которые я читал!» Восемьдесят процентов людей с высоким уровнем нарциссизма после получения этого оскорбления стали более агрессивными, чем не нарциссы. Нарциссы не были агрессивны по отношению к тому, кто их хвалил, но оскорбление выводило их из себя. Как и в случае с нападением подростков во Флориде, нарциссическая реакция часто несоразмерна провокации. «Жертва не могла сказать в Интернете ничего такого, что могло бы служить причиной такого избиения», — сказал шериф округа Полк Грейди Джадд.

Нарциссы также становятся агрессивными, когда кто-то пытается ограничить их свободу: «Кто ты такой, чтобы указывать мне, что я могу или не могу делать?» Агрессивная реакция на ограничение свободы была болезненно продемонстрирована в 2007 году, когда несколько школьных учителей в Филадельфии предположительно подверглись нападению со стороны учеников: один попросил ученицу выключить музыку, а другой приказал учащейся прекратить розыгрыши по телефону в классе. В ходе отдельных инцидентов были серьезно ранены четыре учителя, а трое нападавших оказались в тюрьме.

В программе ABC News 20/20 было снято несколько участников, проходящих через эксперимент Бушмана и Баумайстера. Один молодой человек — назовем его Ник-Нарцисс — набрал 98-й перцентиль по нарциссизму, смеялся и фыркал. После этого ему показали видео с ним самим и сказали, что он может выбрать, будет ли оно транслироваться. Ник сказал, конечно, выпускайте в эфир. Брэд Бушман отвел его в сторону и объяснил, что, возможно, он не хочет выглядеть крайне агрессивным нарциссом на национальном телевидении. Ник сказал, что, по его мнению, он выглядит великолепно и хочет попасть на телевидение. Может, он хочет, чтобы телепродюсеры хотя бы замаскировали его лицо, предложил Бушман. Ни в коем случае, недоуменно ответил Ник. И добавил он, очень жаль, что по ТВ не могут показать его имя и номер телефона. Это один из ключей к пониманию нарциссов: их не волнует, выглядят ли они придурками; они просто хотят прославиться.

Бушман и Баумайстер недавно обновили свое исследование, чтобы более внимательно изучить роль самооценки в агрессивном поведении, предположив, что нарциссизм провоцирует агрессию только у людей с низкой самооценкой. Исследование, проведенное некоторыми другими исследователями, обнаружило связь между низкой самооценкой у мальчиков в Новой Зеландии и их агрессивным поведением, о чем сообщают родители и учителя, но это исследование было корреляционным, а это означает, что связь могла быть вызвана другими факторами. В исследовании учитывались некоторые из этих факторов, такие как доход семьи, но не учитывались другие, такие как отношения в семье и со сверстниками. В контролируемом эксперименте (который, в отличие от корреляционного исследования, нельзя объяснить внешними факторами) Бушман и Баумейстер обнаружили, что люди с высокой самооценкой и нарциссизмом были наиболее агрессивными — больше, чем те, у кого был высокий уровень нарциссизма, но низкий уровень самооценки; людей, сочетающих низкий уровень нарциссизма с высокой самооценкой, или тех, у кого низки оба показателя. В отличие от расхожего мнения, самолюбование не только не препятствует агрессии, но и провоцирует её, когда переходит в нарциссизм.

В другом исследовании дети предпубертатного возраста с высокой самооценкой оправдывали свою агрессию по отношению к другим, пытаясь ее рационализировать. «Унижая и обвиняя других, — писали авторы об агрессивных детях с высокой самооценкой, — они могут чувствовать себя лучше и продолжать свой антисоциальный образ жизни, не обращая внимания на ожидаемые негативные санкции к себе». В гораздо большей степени, чем агрессивные дети с низкой самооценкой, те, кто прекрасно себя чувствовал, смогли сохранить свое самолюбование, убедив себя, что другие дети заслуживают избиения. Так почему бы не выложить это на YouTube?



Источник: Бушман Б.Дж., Баумайстер Р.Ф., Томасес С., Рю Э., Бегир С. и Уэст С.Г. (в печати). Снова и более тщательно ищем связь между низкой самооценкой и агрессией. Журнал личности.

«РАЗВЕ НЕ ВЕСЕЛО ПОЛУЧИТЬ УВАЖЕНИЕ, КОТОРОГО МЫ ЗАСЛУЖИВАЕМ?»

В середине 1990-х годов, когда общий уровень преступности начал снижаться, все более распространенным стал конкретный тип насильственных преступлений: стрельба в школах. Практически неслыханные до 1996 года стрельбы в школах стали происходить все чаще и чаще: от Перла, штат Миссисипи, Падуки, штат Кентукки, и до средней школы «Колумбайн» в Литтлtone, штат Колорадо. Стрельбы в школе прекращались на несколько лет после национальной трагедии 11 сентября 2001 года. В то время Кейт предсказывал, что после 11 сентября массовые убийства больше не будут восприниматься преступниками как нечто крутое. Однако Кит ошибся. Стрельбы в школах возобновились в 2005 году, когда ученик убил семь человек в Ред-Лейк, штат Миннесота. С тех пор, рост скулшутингов (англ. school shooting – стрельба в школе) стал еще более ужасным.

16 апреля 2007 года Сын Хи Чо застрелил 32 студента и преподавателей Технологического университета Вирджинии, прежде чем направить пистолет «Глок» на себя самого. Полиция недоумевала, почему Чо убил двух жертв в 7:15 утра, а затем дождался 9:30, чтобы начать убивать снова. Ответ на их вопрос был получен на следующий день, когда сотрудники NBC News получили от Чо посылку с бумагами, фотографиями и видео, помеченными в день стрельбы. В своем «медийном пакете» Чо гневно разглагольствует против других и заявляет, что умрет мучеником. «Вы осквернили мое сердце, изнасиловали мою душу и сожгли мою совесть. Благодаря вам, я умираю, как Иисус Христос, чтобы вдохновить поколения слабых и незащищенных людей». Судя по всему, Чо делал перерыв во время своей череды убийств, чтобы сообщить средствам массовой информации (а значит, и всему миру), почему люди ему что-то должны.

Роберт Хокинс, убивший девять человек в торговом центре в Омахе, штат Небраска, в декабре 2007 года, похоже, имел схожие мотивы. «Просто подумай, я стану чертовски знаменитым», — написал он в предсмертной записке.

На видеозаписях, снятых перед резней в средней школе «Колумбайн» в апреле 1999 года, стрелявшие Эрик Харрис и Дилан Клиболд обсуждали, какой известный режиссер снимет фильм по их истории (Спилберг или Тарантино?). Харрис делает несколько утверждений, которые поразительно похожи на пункты Опросника нарциссической личности (NPI). «Разве не весело получить уважение, которого мы заслуживаем?» — спрашивает он, беря пистолет и имитируя звук выстрела; или ещё утверждение, похожее на пункт NPI: «Я заслуживаю уважение, потому что это я». Он также сказал: «Я мог бы убедить их, что собираюсь подняться на Эверест, или что у меня из спины растет брат-близнец. Я могу заставить тебя поверить во что угодно». Это похоже на пункт NPI: «Я могу заставить любого поверить во что угодно».

У этих молодых людей явно были проблемы, выходящие за рамки нарциссизма. Во-первых, все они были социально отвергнуты другими или, по крайней мере, чувствовали себя отвергнутыми. Мы, авторы,

задались вопросом, являются ли нарциссизм и социальное неприятие двумя факторами риска, которые вместе вызывают агрессивное поведение. Мы организовали лабораторное исследование, в котором измеряли нарциссизм, манипулировали социальным неприятием, а затем оценивали агрессию. Участники сначала встретились с группой своих сокурсников и поговорили с ними в течение 15 минут, прежде чем их развели по отдельным комнатам. Затем мы сообщили им, что никто не выбрал их в качестве партнера для следующей части исследования — иными словами, их новые друзья отвергли их. Участники, которые были одновременно нарциссическими и социально отвергнутыми другими, были очень агрессивны по отношению к кому-то другому — аналогично тому, что наблюдается во многих массовых расстрелах. Как сказал Дэвид фон Дреле в журнале *Time* после убийств в Технологическом институте Вирджинии: «Дело не в оружии или в культуре. Это нарциссизм. Только нарцисс может решить, что его отчуждение следует подчеркнуть кровью других».

Учитывая рост нарциссических ценностей в американской культуре с 90-х годов, возможно, не случайно, что массовые расстрелы примерно в то же время стали национальной чумой. Однако, если бы рост нарциссизма был единственным объяснением, школьные стрельбы начались бы раньше — возможно, в конце 1970-х и 80-х годах, когда эпидемия нарциссизма только начинала развиваться. Однако эти типы социального поведения должны привлекать внимание, прежде чем большинство людей задумается об их совершении. До того, как школьные перестрелки в конце 90-х привлекли широкое внимание средств массовой информации, люди не думали о расстреле группы своих сокурсников как о способе прославиться. «Колумбайн» и другие перестрелки в конце 90-х предоставили сценарий массового убийства в школе и продемонстрировали, что эти перестрелки могут быть связаны со славой. Если вы сегодня спросите учащихся: «Как совершить массовое убийство в школе?» они уже будут знать, что делать. До «Колумбайн» мало кто из студентов задумывался об этом. Американская культура стала более сосредоточенной на самолюбовании и зачарованной знаменитостями и славой, а теперь, когда массовые убийства в школах рассматриваются как прямой путь к славе и вниманию, частота массовых убийств резко возросла. Кулачные бои, получившие широкое освещение, продемонстрировали аналогичную картину. После избиения во Флориде группа молодых девушек в Северной Каролине осуществила то, что выглядело как подражательное нападение на другую девушку.

Чертами личности, связанными с преступностью в целом, являются низкий самоконтроль и два личностных «кузена»: нарциссизм, антисоциальное расстройство личности и психопатия. Многие преступления совершаются импульсивными людьми, совершающими разрушительные поступки ради краткосрочной эгоистичной выгоды. Нарциссизм связан с насильственными преступлениями в определенных контекстах: когда есть возможность прославиться, когда есть угроза или отвержение эго. Однако нарциссизм не является причиной большинства преступлений. Важную роль играет

демография: молодые совершают больше всего преступлений, поэтому, по мере увеличения количества молодых людей в обществе, растет и преступная деятельность. Большое влияние так же оказывает экономика: когда экономика ухудшается, растет преступность. Многие преступления связаны с покупкой, иным приобретением и продажей наркотиков или с совершением преступных действий после употребления наркотиков. Во многом снижение преступности с начала 90-х годов связано с демографией, улучшением экономических условий и прекращением эпидемии крэка. Напротив, нарциссизм играет роль в преступлениях, связанных со славой, поиском внимания и угрозами эго. Влезть в драку – это одно; опубликовать ее в Интернете, чтобы привлечь внимание, — это совсем другое.

STFU¹

Конечно, нарциссическая агрессия не обязательно должна быть непосредственно физической. Эллисон, звезда реалити-шоу *My Super Sweet 16*, продемонстрировала определенную форму агрессии, когда заявила, что ее вечеринка важнее, чем люди, которые не смогут добраться до отделения неотложной помощи после того, как она перекрыла улицу перед своим парадным входом.

Вербальная агрессия – жестокость друг ко другу, выраженная словами – также, похоже, находится на подъеме в Соединенных Штатах. Семьдесят процентов американцев говорят, что люди сейчас грубее, чем 20 лет назад. Один профессор колледжа в Огайо ворчал в нашем онлайн-опросе: «Недавно я столкнулся с крайней грубостью со стороны студентов. Они очень расстраиваются и становятся агрессивными, если я прошу их выключить мобильные телефоны. И не дай Бог я попрошу их прекратить обмениваться текстовыми сообщениями во время занятий — это приводит к откровенной конфронтации, которая едва не требует присутствия охраны». В апреле 2007 года журнал *Allure* опубликовал статью под названием «Жизнь — сука», в которой отмечалось, что блоги теперь «ядовиты», реалити-шоу — «ехидны», а голливудские звезды — «порочны». «Выросшие дрянные девчонки теперь повсюду», — заключили они.

Невежливость стала бесстыдно распространенным явлением, особенно в Интернете. Комментарии на многих интернет-сайтах достигают высокого уровня интеллектуальной и грамматической сложности, например: «Ты придурок». Например, в течение одной недели 2007 года видео шестилетней девочки, поющей о своем брате, солдате войны в Ираке, в основном вызывало такие комментарии, как «ох! такой милый ребенок» (хотя на некоторых постах оставались двусмысленные комплименты вроде «я уверена, она будет хорошей певицей, когда вырастет»). Другие почувствовали необходимость высказать такие вещи, как «она гомик» или «вау... она отстой». Это вызвало в ответ высокий уровень дискуссий, таких как «ты отсталый придурок, ты жалкий, этот ребенок чертовски милый» и «Нет, никого не волнует твое мнение, ты тупой придурок». Даже дети, не имеющие никакого отношения к войне или политике, иногда подвергаются

нападениям. Мужчина из Эскондидо, Калифорния, разместил на YouTube видео восторженной реакции своих семи- и девятилетних сыновей на получение новой видеоигровой системы. После нескольких дней обязательных комментариев «они такие милые» несколько постеров назвали детей толстыми и некрасивыми. Дальше стало только хуже, и отец удалил видео с сайта.

Во многом это обусловлено анонимностью Интернета, однако эти язвительные комментарии демонстрируют безошибочный нарциссизм. Это гнев и словесная агрессия по отношению к тому, кто осмеливается не согласиться. Существует предположение, что «мое мнение имеет значение», но в то же время упорно настаивают на том, что мнения других людей неверны или неуместны. («Никого не волнует ваше мнение» — с различными грамматическими ошибками и/или сокращениями текстовых сообщений — это обычное сообщение на этих сайтах.) Наконец, пишущие демонстрируют полное пренебрежение грамматикой и орфографией, как бы говоря: «Я слишком занят и крут, чтобы беспокоиться о том, чтобы хорошо писать — с чего бы мне следовать всем этим произвольным правилам только для того, чтобы другим людям было легче их прочитать?»

Как мы выяснили в главе 7, на веб-страницах много антисоциальной лексики, даже если люди не анонимны. Многие люди публикуют свое агрессивное отношение прямо на своих страницах MySpace, призывая людей уйти, если они не согласны. Леви Джонстон, который заработал свои 15 минут славы как отец внука бывшего кандидата в вице-президенты Сары Пэйлин, написал на своей странице MySpace: «Попробуешь отодрать меня, надеру твою задницу». Это звучит необычно агрессивно, но многие мальчики-подростки высказывают подобные угрозы на своих страницах MySpace.

Конечно, это меркнет по сравнению с травлей в Интернете — «кибербуллинг» — когда подростки используют электронную почту, текстовые сообщения или сообщения MySpace, чтобы оскорблять и нападать на кого-то другого. Издевательства и насмешки всегда были обычным явлением среди подростков, но кибербуллинг часто означает, что жертвы не могут укрыться от своих мучителей, даже в своей спальне. Сотовые телефоны и страницы MySpace — это их связь с миром, и именно благодаря этому они наиболее уязвимы для атак. «Пошел ты, сука. Прежде чем я покину твою гей-страницу, позволь мне сказать вот что... я тебя поймаю!!! Я знаю где ты живешь, тощая задница!», — говорится в одном сообщении, полученном подростком. Даже взрослые включились в игру — в 2008 году женщине из штата Миссури было предъявлено обвинение в том, что она притворилась мальчиком, интересующимся ее соседкой-подростком, а затем жестоко бросила ее. Подросток покончил жизнь самоубийством. Хотя большинство случаев кибербуллинга связаны с относительно незначительными оскорблениями, исследование 2006 года показало, что 12% подростков подвергались физическим угрозам, а 5% опасались за свою безопасность.

Веб-сайт juicysampus.com поощряет студентов публиковать неприятные сплетни о своих одноклассниках, независимо от того, правдивы они или

нет. «Одной из категорий [на сайте] была самая некрасивая девушка», — рассказала студентка Бостонского университета. «Другим примером были девушки, которые встречались со многими парнями. Большинство тем — отвратительные вещи». Одна студентка Университета Дьюка зашла на сайт только для того, чтобы увидеть, что кто-то опубликовал о ней всевозможную жестокую ложь — что она уродлива, что однажды она пыталась покончить жизнь самоубийством. Разумеется, автору позволили остаться полностью анонимным. Студентка Университета Бэйлора смогла определить, кто оклеветал ее в Интернете, и это оказался один из ее ближайших друзей. «Это причинило мне в 10 раз больше боли», — сказала она. «Сайт может сделать это — разрушить дружбу и репутацию».

Словесное насилие со стороны нарциссов широко распространено и в реальном мире, даже на профессиональных рабочих местах. В книге *«Правило Без мудаков»* Роберт Саттон описывает офисных «мудаков» как высокомерных, злых и невнимательных — все это характерные черты нарциссов. У одного мерзкого начальника за пять лет сменилось 250 помощников. Некоторые из помощников уволились, потому что он кричал и ругался на них, а других уволили за проступки — например, за то, что принесли не ту булочку на завтрак. Другой начальник-нарцисс неоднократно требовал от своей секретарши оплатить счет за химчистку, когда она случайно пролила кетчуп ему на штаны. Другим начальникам удастся унижать сотрудников, не крича. Во время разговоров со своим начальником администратор офиса заметил, что руководитель редко смотрит на него, когда они разговаривают; вместо этого она смотрела в зеркало позади него, попеременно любясь своим отражением и взъерошивая волосы.

Оскорбительное поведение на рабочем месте широко распространено. В одном опросе 90% медсестер заявили, что врачи оскорбляли их. Более трети сотрудников Министерства по делам ветеранов США сообщили о «постоянной враждебности» со стороны коллег. В соответствии с исследованиями, показывающими, что нарциссизм не приводит к успеху, предприятия обнаружили, что их прибыль выросла после увольнения этих придурков, даже если нарциссы были высокопроизводительными. Трудно сделать бизнес прибыльным, когда никто не хочет там работать.

В наши дни антисоциальные настроения проявляются среди детей на удивление рано. В начале 2000-х годов начальные школы по всей стране сообщили о тревожном росте числа детсадовцев, которые ругались или физически дрались с учителями. Кажется, даже детские футболки поощряют грубость. На футболках для шестилетних детей изображена обезьяна, закрывающая уши руками и говорящая: «Я не слушаю», явно имитируя непослушного ребенка, отвлекающегося от родителя или учителя. Другой объявляет: «У меня талант: могу играть в видеоигры и одновременно игнорировать тебя». На футболке одного мальчика напечатана надпись «Идеальная сестра» поверх грубого рисунка девочки с зашитым крестиком ртом. Другая рубашка для годовалых детей гласит: «Мне вот столько» над рисунком детской руки, показывающей средний палец.

ВСЕ ОБМАНЫВАЮТ

Будучи генеральным директором WorldCom, Берни Эбберс имел состояние в 1,4 миллиарда долларов, владел крупнейшим ранчо в Канаде и входил в список Digital 50 по версии журнала *Time* в 1999 году. Однако вскоре после этого WorldCom осознала, что дела начинают разваливаться, но, если бы это было раскрыто, пострадали бы курс акций и личное благосостояние руководителей. В июне 2002 года компания признала, что допустила ошибки в бухгалтерском учете на сумму 3,85 миллиарда долларов, и компания развалилась. После серии судебных процессов по обвинению в мошенничестве Эбберс был признан виновным в 2005 году и приговорен к 25 годам тюремного заключения. Он приехал в тюрьму на своем «Мерседесе».

Эбберс далеко не одинок в своем стремлении жульничать, чтобы добиться успеха. Энергетический гигант Enron обанкротился при аналогичных обстоятельствах после того, как корпоративная культура, поощрявшая конкуренцию, оказалась также поощряющей фальсификацию бухгалтерских книг. Генеральный директор Tyco Деннис Козловски и двое других сотрудников вывели преступность среди белых воротничков на новый уровень, когда использовали миллионы долларов, полученные от компании, чтобы купить вещи для себя и своих семей, в том числе занавеску для душа за 6000 долларов в нью-йоркской резиденции Козловски. Козловский также устроил вечеринку по случаю дня рождения своей жены, которая обошлась в 2 миллиона долларов и включала ледяную скульптуру Давида Микеланджело, с текущей из пениса водкой. В начале 2000-х годов корпоративное мошенничество было настолько процветающим, что Конгресс принял меры, приняв закон Сарбейнса-Оксли, требующий от руководителей компаний подтверждать точность своих отчетов о доходах.

Не только «шишки» жульничают, чтобы добиться успеха. В 2007 году шестилетний ребенок отправил эссе на конкурс, который начинался так: «Мой папа погиб в этом году в Ираке». Девушка выиграла четыре билета на концерт Ханны Монтаны и бесплатный макияж. Единственная проблема заключалась в том, что ее отец никогда не служил в Ираке и тем более не погибал там. Мать девочки прокомментировала обман сухо. «Мы написали эссе, и это все, чтобы победить», — сказала она. «Мы сделали все, что могли, чтобы победить».

Недавние скандалы также выявили мошенничество в спорте. После многих лет, когда фанаты бейсбола заметили, что игроки стали намного крупнее, чем раньше, массовое употребление стероидов, очевидное для фанатов, наконец, было раскрыто. Оказалось, что большинство великих моментов в бейсболе 1990-х и 2000-х годов были достигнуты посредством обмана. Сэмми Соса и Марк МакГвайр, любимцы фанатов во время хоумрана в 1998 году, вероятно, оба принимали стероиды и/или андростендион. Затмение Барри Бондсом рекорда Хэнка Аарона по хоумранам за всю жизнь (755 очков) в 2007 году было запятнано обвинением в том, что Бондс использовал вещества. Марк Эко, купивший исторический 756-й мяч для хоумрана, спросил

американцев о том, что следует делать с мячом. В опросе проголосовали десять миллионов человек, и 47% проголосовали за то, чтобы пометить мяч звездочкой, прежде чем он будет передан в Зал славы бейсбола, что является позорным символом испорченной репутации. Почти 20% высказались еще жестче, проголосовав за то, чтобы отправить мяч подальше с Земли, запустив его в космос.

Жертвами обмана стали и другие виды спорта. Мэрион Джонс призналась, что употребляла допинг, прежде чем выиграть пять медалей на легкоатлетических соревнованиях на Олимпийских играх 2000 года. До того, как разразился скандал, она была на обложке *Vogue* и стала миллионером. После этого ее приговорили к шести месяцам тюремного заключения. Велосипедист Флойд Лэндис был лишен титула на Тур де Франс 2006 года из-за положительного результата теста на инъектированный тестостерон. Год спустя было обнаружено, что пять участников тура принимали допинг. Мошенничество в спорте достигло всех уровней: в 2001 году питчер Малой лиги Дэнни Альмонте был дисквалифицирован из Мировой серии Малой лиги, потому что его отец подделал его свидетельство о рождении. Игроки Малой лиги должны быть не старше 12 лет; Дэнни на самом деле было 14.

За последние два десятилетия мошеннические скандалы захлестнули и журналистику. Стивен Гласс сфабриковал десятки историй, когда писал для *New Republic*, и в конце концов был пойман в 1998 году. Джейсон Блэр заимствовал материалы для нескольких статей из статей других репортеров и был уволен из *New York Times*. Корреспондент *USA Today* Джек Келли сфабриковал для газеты несколько историй.

Наша собственная профессия не застрахована. Карен Руджеро, социальный психолог, профессор Гарварда, а затем Техасского университета, опубликовала исследование, содержащее нереально точные результаты, которые затруднились воспроизвести другие. В 2001 году она подала в отставку с должности профессора и призналась в фальсификации данных в нескольких исследованиях. Заявления об отзыве ее статей появляются в базах данных психологических исследований, таких как PsycINFO.

Обман также широко распространен и растет среди студентов. В 2002 году 74% старшеклассников признались в мошенничестве по сравнению с 61% в 1992 году. В 1969 году только 34% старшеклассников признались в мошенничестве, что составляет менее половины от числа в 2002 году. Большой опрос подростков, проведенный в 2008 году, показал, что две трети признались в мошенничестве и почти одна треть что-то украла из магазина. Тем не менее, 93% заявили, что они удовлетворены своей личной этикой — классическим нарциссическим разрывом между реальностью и самооценкой. Обман продолжается и в колледже; опрос 2002 года показал, что 80% студентов Техасского университета А&М признались в мошенничестве. Опрос студентов 12 различных колледжей, проведенный в 2007 году, показал, что 67% из них признались в мошенничестве. Хотя конкуренция за оценки, возможно, и способствовала этому росту, отношение изменилось

вместе с поведением. Исследование, проведенное в 2004 году среди 25 000 старшеклассников, показало, что 67% мальчиков и 52% девочек согласились с тем, что «в реальном мире успешные люди делают то, что им нужно, чтобы победить, даже если другие считают это мошенничеством».

Технологии упростили эту нечестность: студенты сдают ответы на экзамены через мобильные телефоны с камерой и загружают работы в Интернете. Веб-сайт affordabletermpapers.com взимает 9,95 доллара за страницу написанного на заказ эссе. Сайт антиплагиата Turnitin.com, призванный помогать учителям ловить мошенников, получает сто тысяч заявок в день.

Нарциссы часто не видят ничего плохого в обмане. Это касается только их, так кого волнует, если будут нарушены некоторые правила? К сожалению, это не так: рационализация о том, что обман «никому не вредит» лжива, потому что он вредит. Из-за каждого человека, хитрящего со своим подходным налогом, другим американцам достается меньше финансируемых государством услуг. Учащиеся-обманщики недооценивают тех, кто на самом деле выполняет работу, и в конечном итоге теряют в обучении себя. Акционеры теряют свои сбережения, когда компании сообщают о мнимых доходах. Бейсболисты, которые играют чисто, не могут идти в ногу с теми, кто принимает стероиды и продолжает бить рекорды и зарабатывать миллионы, что разрушает тела принимающих допинг и карьеры тех, кто следует правилам. Конечно, нарциссы об этом не думают, потому что не учитывают влияние своих действий на других. Исследование немецких преступников-белых воротничков показало, что они имели значительно более высокий уровень нарциссизма, чем менеджеры из сравнительной группы, которые не жульничали.

Почему сегодня так много людей мошенничают? По крайней мере частично в этом виновата наша гиперконкурентная, индивидуалистическая культура самообожания. Как утверждает Дэвид Каллахан в книге *«Культура мошенничества»*, нынешний менталитет «победитель получает все», подпитываемый растущей конкуренцией, побуждает людей нарушать правила, чтобы добиться успеха. И когда несколько человек начинают это делать (часто более нарциссические), это распространяется каскадом, пока все больше и больше людей не почувствуют, что, если они не будут обманывать, им никогда не удастся победить. «Люди, не склонные к мошенничеству, делают это, потому что не хотят ставить себя в невыгодное положение. Аргументы о том, что «все так делают», служат главным обоснованием мошенничества», — отмечает Каллахан. Как и другие виды нарциссического поведения, мошенничество поднимает планку для всех и вовлекает все больше и больше людей в водоворот, начатый всего несколькими суперраспространителями.

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

Первый шаг к разрыву связи между нарциссизмом и антисоциальным поведением — сделать так, чтобы социально неприемлемое поведение

оставалось не вознаграждаемым. Если целью насильственного преступления является стремление к вниманию или славе, устранение этой возможности сократит количество преступлений. Возьмем, к примеру, дело об избиении во Флориде: хотя девочек поймали до того, как они успели разместить видео драки на YouTube, его неоднократно показывали по сетевому телевидению, а *затем* разместили на YouTube.

Запретить размещение видео в сети практически невозможно. Однако запретить показ видео на новостных каналах нельзя. Средства массовой информации, например, перестали показывать одно из самых ужасающих видео современности — авиакатастрофу 11 сентября. Средства массовой информации должны ввести политику, согласно которой они не будут показывать криминальные видео, снятые с целью добиться славы и/или унижить жертву. Фактически, можно утверждать, что крупные интернет-сайты опережают средства массовой информации в этом отношении. Согласно официальной политике YouTube, «изображение или неоправданное насилие не допускается. Если в вашем видео показано, как кого-то ранят, нападают или унижают, не публикуйте его». Обеспечить соблюдение закона, конечно, сложнее, но, судя по всему, ведущие новостные сети даже не придерживаются такой политики в принципе. Аналогичным образом, MySpace запрещает материалы, которые «являются явно оскорбительными и пропагандируют расизм, фанатизм, ненависть или физический вред любого рода против любой группы или отдельного человека; преследуют или пропагандируют преследование другого человека; эксплуатируют людей сексуально или насильственно; содержат наготу, насилие, оскорбительные темы, или ссылку на веб-сайт для взрослых». Опять же, легче сказать, чем сделать. Тем не менее, это было бы полезной политикой для средств массовой информации. Истории по-прежнему можно сообщать, но без видео — обычно это решающая часть стратегии мести злоумышленников, направленной на привлечение внимания. Если подростки совершают глупые и жестокие поступки, чтобы привлечь к себе внимание, взрослым следует действовать ответственно, проявлять некоторую осмотрительность и не транслировать эти изображения. Такие правила обсуждаются журналистами отчасти потому, что они попали в ловушку: если они выберут правильный путь, а их конкурент нет, они потеряют доходы и, возможно, свои рабочие места. Таким образом, чтобы быть эффективной, эта политика должна распространяться на все медиасети.

Виновны и потребители этих сообщений СМИ. Многие люди реагируют на видео с избиениями, называя преступников злыми, печально известными или обладающими дурной славой — что для молодых зрителей часто переводится как «круто». Лучшим ответом было бы назвать эти действия такими, какие они есть: в большинстве случаев незрелые люди совершают глупости, потому что их учили, что это путь к наиважнейшей сегодня славе. На самом же деле, это печальное и жалкое поведение. Если бы мы относились к этому так, фактор «крутости» уменьшился бы, и никто больше не захотел бы этим заниматься. Быть жалким и грустным не захочется никому.

В более общем плане наказание работает как стратегия минимизации плохого поведения. В случае преступлений «белых воротничков» угроза тюрьмы является очень мощным стимулом к правильному поведению; в случае насилия уголовное преследование может иметь аналогичный эффект. Подростки (и другие люди) должны знать, что за драку можно попасть в тюрьму, особенно если вы настолько самоуверенны, что снимаете это на видео. Наказание также влияет на мошенничество. К сожалению, особенно на корпоративном уровне, очень сложно заставить людей сообщать о мошенничестве и подобном преступном поведении.

Многие осведомители говорят, что им пришлось принять чрезвычайные меры, чтобы высказаться. Компании только сейчас внедряют системы для борьбы с сообщениями о мошенничестве. Образование отстает еще больше. Многие случаи плагиата остаются безнаказанными. Когда студентов ловят, многие университетские городки обходятся чем-то вроде подзатыльника, давая студенту «второй шанс». Поскольку тщательный учет этому не ведется, второй шанс может превратиться в третий, четвертый и так далее. В других кампусах суровые наказания, но ловят студентов редко. Мы оба слышали о случаях, когда студенты списывали работы слово в слово, но не понесли наказания вообще, иногда из-за вмешательства родителей. В других случаях наказание применяется слишком сурово за незначительные и, возможно, непреднамеренные акты обмана. Короче говоря, многие студенты сообщают о мошенничестве в анонимных опросах, очень немногие попадают, а наказания существенно различаются. Поведенческая психология предполагает, что это не та структура, которая уменьшит мошенничество. Залогом эффективного наказания является последовательность и надежность. Если бы люди знали, что их поймут (даже если наказание не было драматичным), уровень мошенничества резко снизился бы.

Другое решение — подавить нарциссизм с помощью культуры, которая поощряет и даже прославляет честь и честность. В некоторых колледжах существуют сильные традиции кодекса чести. Исследование Дональда МакКейба показывает, что кодексы чести уменьшают вероятность мошенничества, если в школе существуют строгие социальные нормы, обеспечивающие его соблюдение. В Университете Вандербильта каждый студент-первокурсник подписывает соглашение, подтверждающее его приверженность кодексу чести, и эти подписи размещаются на большом баннере, который висит в студенческом центре.

В некоторых начальных школах внедряются программы под названием «воспитание характера», которые учат честности, следованию правилам, ответственности и справедливости. Большинство программ сосредоточены на таких общепризнанных ценностях, которые выходят за рамки какой-либо конкретной культуры или религии. В лагерях и классах Христианской Молодежной Ассоциации эти ценности преподаются в течение многих лет, концентрируясь на четырех основных ценностях: честности, ответственности, уважении и заботе. В некоторых начальных школах дети пишут правила в начале года (редактируются они, конечно, взрослыми).

Обычно они придумывают правила, запрещающие ложь, мошенничество и воровство, и с большей вероятностью будут им следовать, поскольку сами принимали участие в их написании.

К сожалению, многие из этих программ воспитания характера также воспитывают завышенную самооценку, а программы самооценки обычно заканчиваются обучением такой форме нарциссизма, как «Я особенный». Эти программы основаны на ошибочном предположении, что дети, относящиеся к себе безусловно положительно, с большей вероятностью будут следовать правилам, а не обманывать или лгать. Однако особенным людям не обязательно следовать правилам, а нарциссические люди с *большей*, а не с *меньшей* вероятностью пойдут на обман, так же, как и с большей вероятностью будут агрессивными.

Однако иногда нарциссу не обязательно обманывать или проявлять агрессивность, чтобы причинить вред. Иногда все, что вам нужно сделать — встречаться с ним.

ГЛАВА 13

Ловушка шоколадного торта. Проблемы в отношениях

Мечта 32-летней Ким сбылась в прошлом году, когда она встретила обаятельного и красивого мужчину в ресторане в Бостоне. Он был тем, о ком она всегда мечтала: общительным, уверенным в себе, успешным и внимательным, но не назойливым. Ким чувствовала себя особенной и красивой рядом с ним. Всякий раз, когда они выходили куда-нибудь, она чувствовала, что взгляды всех в баре или клубе обращены на нее. Ким была на седьмом небе. Через месяц новая пара отправилась на Каймановы острова, чтобы заняться подводным плаванием. Это было лучшее время в жизни Ким.

Аманда, 37 лет, пережила свой худший кошмар несколько лет назад, когда ей поставили диагноз «рак», и она пережила шесть недель лучевой и десять месяцев химиотерапии. Замужняя, имеющая маленькую дочь, она поначалу была рада, что ей не придется проходить через это испытание в одиночку. Так продолжалось до тех пор, пока ее муж не начал жаловаться, что ее визиты к врачу причиняют ему неудобства, потому что ему приходится сдвигать свой рабочий график на полчаса. Он также отметил, что из-за ее слабости, вызванной раком, заставляет его стесняться на людях. А затем Аманда рассказывает: «Пока я проходила химиотерапию, воспитывая его дочь (мою падчерицу) и нашу девочку, он был в «командировках», изменяя мне с коллегой».

Хотя эти истории кажутся диаметрально противоположными, обе они посвящены отношениям с нарциссами. Эти отношения могут быть очень хорошими вначале, как показывает история Ким, но затем они часто становятся очень плохими, как обнаружила Аманда. Многие отношения с нарциссами имеют великолепное начало и катастрофический конец. Отношения с нарциссами могут быть особенно плохи, если вы слишком преданы им, слишком привязаны к ним или даете им слишком много власти. Это и случилось с Амандой; она была замужем за нарциссом и воспитывала двоих детей. Когда ее потребности не совпали с желаниями ее мужа-нарцисса, их любовная лодка разбилась.

Нарциссы — одновременно потрясающие и ужасные партнеры в отношениях. Их отношения направлены на подпитку эго — однозначно их эго, а иногда и вашего эго. Партнеры по отношениям для нарциссов в первую очередь служат тому, чтобы нарциссы выглядели и чувствовали себя сильными, особенными, вызывающими восхищение, привлекательными и важными. Любовь, забота, обязательства, верность и все остальные вещи, лежащие в основе здоровых отношений, имеют куда меньшее значение для нарциссов, которые уходят, не получая необходимого им удовлетворения эго. Ким прекрасно провела время с нарциссом, потому что, как и во многих

новых отношениях, они были интересными, веселыми и новыми, что привлекало и нарцисса. И именно поэтому у Аманды был такой ужасный опыт отношений: ее муж был раздосадован тем, что его жена перенесла операцию по поводу рака, что, по его мнению, повредило его имиджу.

Нарциссы иногда могут быть на удивление честными в отношении отсутствия у них навыков взаимоотношений. В своей песне «Мир должен вращаться вокруг меня» Маленькая Джеки поет: «У меня было много неудачных отношений... Ты мне не нужен, я знаю, что я хороша!»

Нарциссы действуют эгоистично и в других типах социальных отношений: в социальных сетях в Интернете, в дружбе, в качестве родителей и на рабочем месте. Но нарциссизм в романтических отношениях особенно легко увидеть, потому что люди готовы многое терпеть от того, кого они любят, и потому что «правила» поведения в романтических отношениях не так ясны, как, например, на рабочем месте. Нарциссизм особенно вреден в романтических отношениях. Кит написал книгу на эту тему *«Когда любишь мужчину, который любит себя»*, отчасти из-за всех трагических электронных писем, которые он получил от женщин (но также и от нескольких мужчин), пострадавших в отношениях с нарциссами. С тех пор он слышал от многих людей, переживших развод, с нарциссами, от женщин, которые прошли через мысли о самоубийстве и госпитализации в результате этих отношений, а также от людей, которые просто хотели поделиться забавными историями о своих прошлых отношениях с нарциссами (эти истории, конечно, смешны только в ретроспективе — в то время они были невероятно болезненны). Был нарцисс, который постоянно сравнивал себя с Иисусом, потому что он был евреем и родился в конце декабря; муж, который пошел за школьной одеждой для детей и вернулся с набором клюшек для гольфа для себя; мужчина, который купил себе бриллиантовую серьгу в качестве рождественского подарка своей жене; и парень, который каждый вечер фотографировал себя в зеркале — он был настолько очарован своей внешностью, что ему приходилось делать снимки, иначе он не мог спать.

НАРЦИССИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОТНОШЕНИЯМ

Браки и другие серьезные романтические партнерства обычно имеют два важных фактора. Одним из них является любовь, эмоциональный компонент, который инициирует отношения и добавляет им глубины. Любовь обычно включает в себя чувства тепла, заботы и страсти. На ранних стадиях любовь часто воспринимается как страсть, а по мере развития брака она все больше основывается на заботе. Другим фактором является приверженность супругу и браку. Это может включать в себя финансовую поддержку друг друга, приготовление ужина по очереди и разделение обязанностей по уходу за детьми и домашними делами.

Та же самая базовая модель отношений, но без элемента сексуальной страсти, работает и в других отношениях. Родители и дети чувствуют любовь и преданность и несут ответственность друг перед другом. Точно так же в дружбе есть любовь и преданность, но с упором на верность и доверие.

Поскольку дружба носит добровольный характер и ее относительно легко прекратить (в отличие от семейных отношений), крайне важно просто получать удовольствие от общения с другом. Отношения, основанные на любви, преданности и лояльности, также хороши для более широкого сообщества: стабильные отношения означают стабильных людей, которые являются лучшими гражданами, коллегами, студентами и лидерами.

Чтобы понять подход нарциссов к отношениям, возьмите каждую из этих идей и выбросьте их. Вместо любви к другому человеку поставьте любовь к себе; вместо заботы поставьте эксплуатацию; а к обязательствам добавьте «пока это приносит мне пользу». Подход нарциссов к отношениям прост: все ради них. Они хотят хорошо выглядеть и чувствовать себя, и если отношения — способ добиться этого, отлично; если нет, то пришло время подыскать другие. Люди часто используют термин «подпитка эго», чтобы описать подход нарциссов к отношениям. Пока отношения дают им достаточно пищи, они работают, а если нет, то нет.

Отношения могут успешно поддерживать эго нарцисса множеством способов. Он может жениться на ком-то, кто хорошо выглядит и удовлетворяет его потребности — на так называемой трофейной жене. Или он может иметь много друзей («У меня 3000 друзей на MySpace»), добывать уважение из других («мой ребенок — самый умный ребенок в средней школе Миддлбрука»), собирать группу поклонников и подхалимов (это популярный подход у знаменитостей, как подробно описано в сериале «Окружение» канала НВО), или просто ранить людей оскорблениями. Он может позволить своим глазам тускнеть, когда разговаривает с другими, чтобы сохранить вид доминирования, или может прыгнуть в любой доступный центр внимания. В каждом из этих случаев «отношения» на самом деле связаны с личными потребностями. Классическая песня Дона Маклина «Все любят меня, детка» отражает этот аспект нарциссизма: «Океан расступается, когда я иду по нему», — поет он. «Все меня любят, детка, что с тобой?»

Отношения не только связаны с эго нарцисса, для нарцисса отношения взаимозаменяемы. У экономистов есть отличный термин для этого: *конвертируемость*. Бензин конвертируем: вы можете купить его на любой заправке, это не имеет значения. Для нарциссов отношения взаимозаменяемы: одного трофейного супруга можно обменять на другого, и пока эго нарцисса питается таким же количеством восхищения, все хорошо. Для нарциссов отношения и материальные блага почти взаимозаменяемы. Представьте себе, что вы променяете свои отношения с мужем на красивый новый дом или отношения с девушкой на Porsche. Если от отношений вам нужны только статус, уважение и внимание, то почему бы и нет? От Porsche ты можешь получить больше, чем от девушки.

Возьмем, к примеру, 25-летнего Скотта, снявшегося в документальном фильме MTV. У Скотта с Рэйчел отношения «друзей с привилегиями» (англ. Friends With Benefits – прим. пер.), то есть они регулярно видятся и спят вместе, но не связаны никакими обязательствами. Когда Рэйчел призналась, что

начала чувствовать привязанность к Скотту, он небрежно вытянул руки за голову (классическая поза доминирования) и сказал: «Я вообще не думаю, что привязан». По его словам, у «настоящих» друзей «ничего из этого разговора вообще не было бы. Ты не должен слишком увлекаться тем, что чувствует другой, или чем-то еще — просто плыви по течению». Когда Рэйчел расстраивается, Скотт говорит: «Я просто не позволяю себе привязываться. Мне нужно начать больше врать тебе. Возможно, так будет лучше. То, чего ты не знаешь, не тебя не ранит». После того, как Рэйчел покидает квартиру, Скотт признается интервьюеру: «У Рэйчел нет всего того, что мне нужно в девушке. Она просто та, что есть рядом. Лучше быть с ней, чем одному».

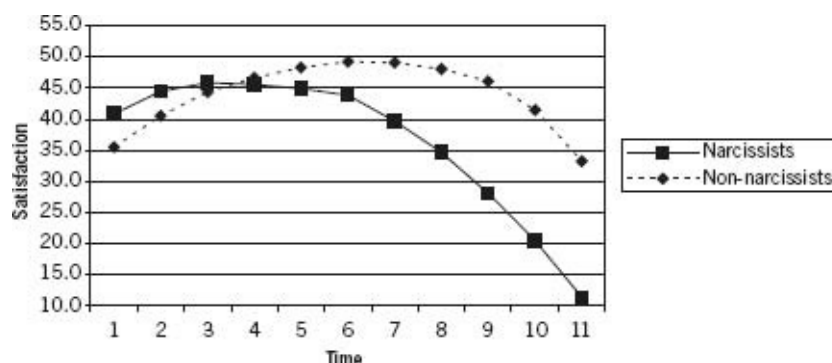
Эта смесь подпитки эго и взаимозаменяемости приводит ко всем видам неприятного поведения в отношениях. Большая часть поведения нарциссов в отношениях — это «игра в игру». Они обманчивы и нечестны; в один момент они подадут сигнал о привязанности, а в следующий раз предадут; они будут стравливать людей друг с другом и избегать реальных обязательств. Игра приносит пользу нарциссическому супругу, парню или сотруднику; она дает им власть над другими благодаря «принципу наименьшего интереса», который гласит, что человек с наименьшим интересом в отношениях имеет наибольшую власть. Преимущество игры также заключается в том, что она дает свободу, «оставляя играющего открытым для новых возможностей». Если вы ведете поиск потенциальных «связей» или конкурирующих компаний, которые могут вас нанять, вы сможете быстро сменить работу или отношения.

Эта игровая стратегия играет на руку нарциссам, но для их партнеров она не так хороша. Краткосрочные отношения с нарциссами не всегда так приятны и захватывающи, какими кажутся (или выглядят по телевизору). Нарциссы склонны разрывать отношения, не оправдывающие их ожиданий в виде повышения статуса или самооценки, или партнер по отношениям, будь то супруг или сотрудник, в конце концов устает и бросает нарцисса. Например, к концу документального фильма MTV Рэйчел и Скотт разорвали соглашение «друзей с привилегиями» главным образом потому, что Рэйчел устала быть с кем-то, кто явно никак не заботился о ней. Как показывает рисунок на странице 216, отношения с нарциссами начинаются прекрасно, но удовлетворенность отношениями быстро снижается, когда нарцисс раскрывается со своей обратной стороны.

Нарцисс думает о партнере по отношениям как о топливе. Нарциссы используют других, чтобы усилить свой статус и уважение, а когда другой человек больше не обеспечивает этого, их выбрасывают в мусорное ведро. Классический пример — мужчина, у которого есть несколько трофейных жен. Отношения длятся только до тех пор, пока трофей выполняет свою работу и помогает нарциссу выглядеть могущественным и важным. Когда трофей перестает быть таким привлекательным (или найден более привлекательный), его заменяют. Некоторые нарциссы женятся на одной молодой женщине за другой, и каждую из них держат до тех пор, пока они не перестают быть привлекательными и желанными. Мы много раз слышали от

людей, имевших отношения с нарциссами, что их «измотали», «высосали» или просто «сожгли». Это абсолютно ужасное чувство — любить кого-то, а потом осознать — иногда спустя годы, — что этот человек вообще никогда о тебе не заботился.

Изменения в удовлетворенности отношениями



Источник: Кэмпбелл, В.К. (январь 2006 г.). «Нарциссизм и романтические отношения». Доклад, представленный на предварительной конференции по взаимоотношениям на ежегодном собрании Общества личностной и социальной психологии, Палм-Спрингс, Калифорния.

Неудивительно, что партнеры нарциссов чувствуют себя такими поврежденными. Хуже всего то, что часто они не просто могут безопасно выразить свои чувства партнеру, который может ответить на критику отрицанием, оскорблениями и даже насилием. Любая критика в адрес нарцисса способна спровоцировать враждебную реакцию. Люди, живущие и работающие с нарциссами, быстро привыкают держать свое мнение при себе. Или они вынужденно приукрасят его количеством сахара большим, чем дети потребляют на Хэллоуин, мило намекая, что, возможно, лучше смягчить высокомерие – не потому, что оно неоправданно, а потому, что другие люди, естественно, завидуют величию нарцисса. Разрыв тоже вызывает бурную реакцию со стороны нарциссов – не потому, что они так уж сильно переживают из-за своих партнеров, а потому, что благодаря им они испытывают чувство гордости и собственности. Многие случаи супружеского насилия происходят, когда нарцисс чувствует себя отвергнутым или брошенным. Нарциссы также злятся и становятся агрессивными, когда чувствуют, что их свобода ограничена – другими словами, когда они не могут делать то, что хотят. Брэд Бушман и его коллеги обнаружили, что такая реакция возникает при некоторых изнасилованиях, когда нарциссу говорят «нет», и это активизирует его агрессию. Эти три триггера агрессии — угроза эго, неприятие и отказ — превращают отношения с нарциссом в хождение по минному полю. Приятное волнение в начале не стоит стресса, беспокойства и иногда страха, которые неминуемо придут позже.

ЕСЛИ НАРЦИССИЗМ ТАК ПЛОХ, ТО КАК ОН РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ В ОТНОШЕНИЯХ?

Одной из ключевых особенностей эпидемий является то, что они распространяются. Однако, как только люди поймут, как что-то распространяется, они смогут изолировать себя. Например, во время эпидемии гриппа 1918 года американцы оставались дома. После того, как начал распространяться СПИД, все больше людей стало пользоваться презервативами. Так почему бы нам не избегать отношений с нарциссами так же, как мы избегаем поцелуев с простудой? Это должно быть относительно легко. В идеальном мире для отношений — в качестве супруга, друга, сотрудника или работодателя — вы бы выбрали кого-то, кто был бы преданным, лояльным, заслуживающим доверия и приятным. Поскольку наши эмоции соответствовали бы нашим интересам, выбор заботливого и преданного супруга сопровождался бы чувством влечения. Всех нас отталкивают тщеславные, самовлюбленные, эгоцентричные и дерзкие люди.

К сожалению, в отношениях — особенно романтических, но также и в дружеских и даже при выборе генеральных директоров — у людей возникают серьезные проблемы с выбором. На самом деле мы хотим от отношений двух вещей: жгучей, волнующей, харизматичной, «химической» формы, и содержания — с преданностью, заботой и командной работой. Секрет успеха нарциссов в отношениях заключается в том, что они способны дать жгучую форму, но не могут дать никакого содержания. Вместо этого вы столкнетесь с множеством проблем в отношениях, подобных описанному выше.

Отличным примером является персонаж доктора Марка Слоана из «Анатомии страсти». Известный как «Доктор МакСtimi», Марк демонстрирует всю пикантность: он красив, уверен в себе, доминантен и источает сексуальную привлекательность. В то же время он — настоящая катастрофой в отношениях. Он переспал с супругой своего лучшего друга и разрушил их брак; затем последовал за своим другом в Сиэтл и приударил за его новой девушкой. Все это время он якобы пытался восстановить дружбу со своим бывшим лучшим другом. Очевидно, что МакСtimi — это кошмар, но ему удается завязать кратковременные отношения с несколькими женщинами, и о нем фантазируют остальные (и, вероятно, огромное количество американцев).

Любовь к МакСtimi — классический пример того, что Кит называет «ловушкой шоколадного торта». Представьте себе, что вы сидите за столом с двумя тарелками с едой. На одном — красивый шоколадный торт, покрытый восхитительной шоколадной глазурью; на другом — тарелка приготовленной на пару брокколи. Ваша задача — выбрать одну тарелку, которую можно съесть. Если вы похожи на нас, авторов, вы выбираете шоколадный торт. Шоколадный торт потрясающий. У него прекрасный вкус, он дает прилив сладкого вкуса и почти может заставить вас чувствовать себя любимым. Нет ничего лучше шоколадного торта... те десять минут, когда вы его едите. После, особенно если вы пытаетесь питаться здоровой пищей, шоколадный торт, который вы так любили, нападет на вас. Вы почувствуете депрессию, когда сахар начнет покидать ваш организм. Залезть под стол и вздремнуть — это

здорово. Вы понимаете, что у вас с шоколадным тортом нет долгосрочного совместного будущего, потому что торт увеличит ваш вес и приведет к кариесу. Торт может даже изменить вам, если позволит себя съесть кому-то другому. Вы чувствуете вину и не понимаете, почему вам так хочется шоколадного торта, хоть вы и знаете, что это вредно.

Если бы вы выбрали брокколи, история была бы совсем другой. Поначалу у вас не было бы большого ажиотажа, но все было бы в порядке — брокколи не так уж и плоха. Двадцать минут спустя вы чувствовали бы себя хорошо, были бы здоровы и позитивно относились к своему выбору еды, и не было бы никакого скачка уровня сахара. Вы бы сидели за столом и работали, а не залезали бы под него, чтобы слушать там старый альбом Pink Floyd. Суть в том, что брокколи — лучший выбор... и в следующий раз, когда вам предложат выбор, вы все равно съедите шоколадный торт.

Та же самая закономерность сохраняется во многих отношениях с нарциссами. Начало отношений с интересной и харизматичной личностью вызывает прилив волнения. Вам льстит, что нарцисс уделяет вам внимание и вводит вас в свою жизнь. Вместе с ним вы чувствуете себя особенным, потому что нарцисс ярко сияет среди людей. Психолог Дель Паулюс провел потрясающее исследование нарциссизма среди небольшой группы незнакомцев, которые встречались несколько раз в течение семестра. Во время первой встречи нарциссы казались интересными и общительными и нравились им больше, чем остальные. Однако после нескольких встреч нарциссы стали меньше нравиться, и их гостеприимство быстро иссякло. Похоже, что та же самая закономерность сохраняется и в отношении лидерства. В небольших группах нарциссы воспринимаются как лидеры даже после очень коротких дискуссий, и это нормально для нарциссов, поскольку они хотят быть лидерами. Однако после длительных встреч остальные устают от стремления нарциссов к лидерству.

В недавнем рекламном ролике FedEx группа бизнесменов сидит за столом и обсуждает способы сэкономить деньги. Корпоративный тип среднего звена предлагает использовать FedEx. Никто за столом не обращает внимания. Затем хорошо одетый босс во главе стола говорит то же самое, но делает решительный рубящий жест руками. Все сидящие за столом с воодушевлением соглашаются. Когда сотрудник, который первоначально сделал предложение, замечает, что сказал это первым, ему отвечают, что ему не хватало уверенного жеста рукой. Эта реклама забавна, и, к сожалению, она соответствует реальности. В корпоративном мире форма часто берет верх над содержанием, по крайней мере, в краткосрочной перспективе.

В отношениях нарциссы откладывают плохие вещи на потом. Ваш жених говорит вам, что ваша лучшая подруга не может быть на свадьбе, потому что она слишком толстая и испортит фотографии. Ваша жена получает огромный счет по кредитной карте за пластическую операцию, а затем сбегает с пластическим хирургом. На первый взгляд «веселый и крутой босс» крадет

ваши идеи и переводит на другую должность. Коллега саботирует вашу работу, и вас увольняют.

В статье журнала *Tango* Изабель Роуз написала о том, как легла в постель с мужем в ночь своего дня рождения. — Ты ничего не забыл? — спросила она. Он спросил: «Что ты имеешь в виду?» Она сказала: «Открытку? Подарок? Что-нибудь, я не знаю. Сегодня мой День рождения.» После паузы он ответил: «Я – твой подарок». Несколько недель спустя он проигнорировал ее, когда она задала ему несколько вопросов. «Ты стал gloхнуть или просто меня игнорируешь?» Он ответил: «Я не хочу отвечать на тупые вопросы». Излишне говорить, что теперь он ее бывший муж.

Поскольку Кит написал книгу и множество статей о нарциссизме и отношениях, ему часто звонят люди, у которых есть подобный опыт и которым больше некуда обратиться. Этим людям так больно, что они берут трубку, звонят совершенно незнакомому человеку и заливаются слезами. Одна женщина беспокоилась о своей дочери, которая была замужем за нечестным и эгоцентричным человеком. Дочь неоднократно уходила, но ее постоянно уговаривали вернуть мужа. Это абсолютно душераздирающая ситуация для родителей. Легко увидеть нарциссизм в действии, будучи сторонним наблюдателем, но человеку, находящемуся в преданных отношениях, сложнее увидеть перспективу.

Скотт Петерсон, осужденный за убийство своей жены Лачи – пример того, как нарциссизм может привести к трагедии. Петерсон был обаятельным, красивым и, казалось бы, хорошим парнем. Однако у него была проблема: его жена рожала ребенка, а он хотел наслаждаться жизнью со своей новой любовницей. Его решением было просто бросить жену в залив Сан-Франциско. Он мог бы развестись (не лучший жест, но такое случается), но развод обошелся бы дорого и выставил бы его в плохом свете. Он решил, что убийство будет лучшим решением.

Но на этом история не заканчивается. Благодаря соблазнительной силе нарциссизма, Петерсон, сидя в тюрьме за убийство своей жены и своего будущего ребенка, получил множество предложений руки и сердца. Хотя он смог завоевать сердца десятков совершенно незнакомых людей, остальные заключенные чувствовали прямо противоположное; Петерсона пришлось изолировать, потому что мужчины, убивающие женщин и детей, плохо себя чувствуют среди заключенных. Судя по всему, убийство женщин и детей не одобряется закоренелыми преступниками, но не потенциальными любовницами.

Нарциссы могут показаться привлекательным лакомством при первой встрече с ними, но это не так. Нарциссизм *абсолютно разрушает социальные отношения*. Это могут вам сказать люди, которые были глубоко связаны с нарциссами. Эти отношения разрушают доверие к другим. Вы учитесь не доверять никому после того, как с вами плохо обойдется кто-то очаровательный и приятный. Вы также теряете доверие к себе. Если вы не смогли предвидеть случившегося, что это говорит о вашей способности рассуждать? И потом,

подсыпая соли на свои раны, люди ещё долго вспоминают и размышляют об отношениях с нарциссами. Люди размышляют, что пошло не так; они размышляют о предупреждающих знаках, которые им следовало бы увидеть; и тратят много времени, пытаясь понять, что сделало нарцисса нарциссом.

НАРЦИССИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ОТНОШЕНИЯ

Хотя большинство людей не собираются в ближайшее время превращаться в Скотта Петерсона, эпидемию нарциссизма сопровождает целый ряд шаблонов поведения в отношениях: от тревожных до смешных или просто странных. Такое поведение, которое в прошлом считалось бы незрелым, непонятным или даже шокирующим – если бы о нем вообще задумывались, – сейчас относительно нормально и становится еще более нормальным.

Одним из таких шаблонов поведения является «страх сделать выбор» или «страх упустить лучшее» в отношениях. В прежние времена это сочли бы обыкновенной незрелостью. Вам бы сказали «принимайте и хорошее, и плохое» или «отношения не для одних вас». Сегодня в культуре распространен другой взгляд. В мае 2007 года чикагская юридическая фирма рекламировала свои услуги с помощью большого рекламного щита с надписью «Жизнь коротка. Разводитесь» и изображением женщины с большой грудью в черном бюстгальтере с одной стороны и мужчины с обнаженной грудью и рельефным прессом с другой. Вывеска вызвала массу негативных отзывов в СМИ и была снята в течение недели, но она сделала свое дело, потому что адвокатам по бракоразводным процессам поступило множество звонков – вероятно, от людей, которые решили перейти к следующей, более новой модели.

Наша индивидуалистическая культура учит людей нарциссически не идти на компромисс. «Говорим ли мы о восьмилетнем браке или восьминедельном романе, никогда не следует связываться с человеком, в котором вы не уверены на 100 процентов, только потому, что боитесь, что не достойны большего», — пишет бывший Девичник ABC TV Джен Шеффт в своей книге советов 2007 года *«Лучше быть одиноким, чем раскаиваться: безжалостное руководство, как любить себя и не соглашаться на меньшее»*. «Если вы уверенная в себе женщина, которой есть что предложить другим, этому нет оправдания. Низкая самооценка — это... одна из сил зла, которая заставляет женщин приспособливаться». Другими словами, не стоит мириться с недостатками партнера — вы для этого слишком хороши. Хотя у некоторых партнеров действительно есть серьезные недостатки, любой, кто состоит в отношениях более нескольких месяцев, может сказать вам, что *всегда* будут моменты, когда «вы не уверены на 100 процентов» в своем партнере. Никто не безупречен, и, если вы ожидаете от партнера совершенства, вы либо бредите, либо нарциссичны. Тем не менее, заявления Шеффта находятся в культурном мейнстриме, и телевидение, фильмы и журналы продвигают очень похожие идеи. «Многие представители поколения X чувствуют себя вправе претендовать на отношения, которые всегда будут веселыми и легкими», — отмечает Джиллиан Штраус в своем культурном анализе *Unhooked Generation*. «Многие [из них] хотели «все

делать по-своему» и ожидали, что любовь и отношения будут идти по их графику, на их условиях и без особых личных жертв.... [Есть] такой: «Что ты дал мне в последнее время?» взгляд на отношения. И, если ответ «недостаточно», то все переходит к следующему партнеру — в конце концов, согласно нашему нарциссическому культурному стереотипу, вы заслуживаете лучшего.

Трудно сосредоточиться на ком-то другом, когда тебя всю жизнь учили сосредотачиваться на себе. Недавно Джин подслушала разговор двух студенток колледжа, одна из которых встречалась со своим парнем уже шесть месяцев, и это были ее самые длительные отношения за всю жизнь. «Это странно?» спросила ее подруга. «Это действительно странно», — ответила она. «Я привыкла иметь время для себя. Я привыкла заниматься саморазвитием, а не заботиться о ком-то». Конечно, людям всегда приходилось вносить коррективы, когда они вступали в серьезные отношения. Однако не так давно понятие «саморазвитие» не было столь важным и актуальным.

Многие люди считают, что самолюбование полезно для отношений, если оно не перерастает в нарциссизм. Другими словами, вы должны любить себя, чтобы иметь возможность любить кого-то другого. Это широко распространенное убеждение в нашей культуре; В нашем онлайн-опросе люди снова и снова упоминали об этом как о главном преимуществе самолюбования. «Если вы не любите себя, как вы можете ожидать, что другие захотят любить вас?» написал 22-летний Брайсон. «Если бы вы не любили себя, вы бы не знали, как любить кого-то еще», - написала 39-летняя Лиза. Эта идея также часто упоминается в популярных СМИ. Пастор Мегацеркви и автор книги «*Стань лучше*» Джоэл Остин рассказал журналу *People*, что он советует людям «Любить Бога, любить себя, любить других — именно в таком порядке...». Я не думаю, что можно проявлять сострадание, быть уважительным и добрым, если не умеешь любить себя».

Звучит убедительно, но доказательств этому мало. Люди с низким уровнем любви к себе или самооценки несколько навязчивы, ищут подтверждения любви своего партнера и могут заикливаться на своей неуверенности, но они выбирают партнеров так же хорошо, как и все остальные, и искренне заботятся о своих партнерах. Хорошим примером является главная героиня бестселлера Кертиса Ситтенфельда «*Подготовка*»: у нее явно низкая самооценка, но она любит с такой силой, которой никогда не смогут достичь более популярные девушки. Если только он не находится в сильной депрессии, есть вероятность, что человек с низкой самооценкой по-настоящему полюбит вас и будет достойным партнером в отношениях — намного лучше, чем нарцисс, который по-настоящему любит себя, но совершенно не заботится о вас. Кого бы вы предпочли: того, кто нуждается в вашей любви, чтобы любить в ответ, или того, кто не любит вас по-настоящему? Для большинства людей это довольно простой выбор, и он показывает, что любовь к себе не так уж и необходима для того, чтобы любить других.

Связанная с этим идея заключается в том, что если вы не любите себя, вы не будете нравиться и другим людям (или «Если вы не любите себя, почему вы решили, что это станут делать другие?»). В этом есть доля правды, потому что, если вы действительно в депрессии и погружены в себя, другим будет не очень весело находиться рядом с вами, или же вы будете отталкивать других людей. (Однако даже это не вызвано недостаточным самолюбованием: депрессивные люди не доставляют веселья главным образом потому, что постоянно возвращают разговор к себе и своим проблемам.) Конечно, с очень общительными, преувеличенно неординарными личностями, какими часто бывают нарциссы, может быть приятно находиться рядом на вечеринке; но обычно они не являются хорошими друзьями или партнерами в долгосрочной перспективе. Самолюбование может сделать почти невозможной любовь к другим или даже хорошее к ним отношение, потому что слишком сильное восхищение собой побуждает людей ставить себя выше других. Нам нужно новое культурное утверждение: *если вы слишком сильно любите себя, у вас может не остаться любви ни к кому больше.*

Самооценка не всегда помогает заводить друзей. В одном эксперименте после того, как люди с высокой самооценкой узнали, что они плохо сдали тест, они стали защищаться и вести себя высокомерно и грубо. Человеку, который их увидел впервые, они не очень понравились. Они приложили столько усилий для поддержания своей самооценки, что вели себя как придурки. Нарциссы еще хуже: они часто проявляют агрессию, когда им бросают вызов. Их самолюбование помогает им плохо относиться к другим, поскольку они думают, что они лучше всех остальных. Однако люди с невысокой самооценкой были сдержанными при встрече с новым человеком во время исследования и производили впечатление симпатичных и дружелюбных.

Скромные, не ставящие себя высоко люди, не являются чем-то неприятным — на деле, они могут быть очень милыми. Работая посыльным в 1980-х годах, Кит встретил на репетиции великого музыканта Чарльза Рэя. Рэй много работал над тем, чтобы добиться лучшего результата, но все еще не был в нем уверен. — Это было хорошо? — спросил он Кита, который не имел права давать отзывы Рэю Чарльзу. Кит, однако, сказал ему правду — это было потрясающе. Если бы для того, чтобы нравиться другим, требовалось самолюбование, Кит не должен был бы любить Рэя. Но поступил ли он таким образом? Конечно, нет. Он считал Рэя потрясающим музыкантом и первоклассным актером. Если бы Рэй вместо этого выразил свое восхищение собой и сказал: «Это было потрясающе! Я лучший музыкант, который когда-либо жил!» тогда Кит невзлюбил бы его. Чтобы нравиться, самолюбование не обязательно.

ВСТРЕЧИ ДЛЯ СЕКСА И ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ РАСПЛАТА

Еще одним проявлением эпидемии нарциссизма в отношениях на культурном уровне является тенденция к «встречам для секса», «друзьям с привилегиями» и другим отношениям, свободным от обязательств. Этот тип сексуальных контактов идеально подходит для нарцисса, который может

получить то, что хочет, но затем легко переходит к следующему партнеру без каких-либо условий. Секс-связь стала нормой во многих средних школах, в большинстве университетских кампусов и среди людей двадцати с лишним лет. В опросе начала 2000-х годов 80% двадцатилетних согласились, что их сверстники обычно занимаются сексом просто ради развлечения и без каких-либо обязательств. А 46% женщин в возрасте от 18 до 35 лет заявили, что у них есть партнер, которому можно позвонить ради встречи для секса. Среди старшеклассников связи часто принимают форму орального секса. Хотя сейчас меньше старшеклассников вступают в половые контакты, чем десять лет назад, 35% «девушечек» сейчас имеют опыт орального секса. Появляется все больше и больше сообщений о том, что ученики средних школ занимаются оральным сексом, обычно в формате секса вне отношений.

Секс-связи не только не стабильны, но и лишены эмоциональной близости. Некоторые люди, практикующие встречи для секса, даже не разговаривают с другим. «Встречи для секса очень эгоистичны», — говорит студент Университета Джорджа Вашингтона. «Все дело в том, чего хочешь ты, а не в том, чего хочет другой человек». Как документирует Лаура Сешнс Степп в своей книге *«Unhooked»*, ее углубленном исследовании вопросов секса и свиданий среди молодежи, любовь стала некрутой. «Пары, встречающиеся на свиданиях, редко говорят: «Я люблю тебя», — отмечает она. «Они могли бы заниматься оральным сексом, но даже не думали бы держаться за руки, прогуливаясь по кампусу». Многие из ее молодых собеседников считали, что лучше сохранить контроль, связавшись; некоторые называли это нарциссической игрой в доминирование. Тоня, второкурсница Дьюка, любила вскакивать с кровати сразу после секса с парнем, от чего «мужчины чувствуют себя слабыми. Это дает мне такой прилив». Ее подруга Алисия кивнула и сказала: «Иногда ты просто хочешь трахнуть их, прежде чем они трахнут тебя». Не совсем заботливый подход.

Популярная музыка последних лет поощряет такое манипулятивное, свободное от эмоций отношение к сексу. Согласно исследованию, проведенному исследователями общественного здравоохранения, две трети популярных песен 2005 года, в которых упоминался половой акт, описывали секс, унижающий другого партнера, обычно женщину. («Ай, сука! Подожди, пока не увидишь мой член. Я трахну эту киску».) Среднестатистический подросток теперь тратит пол часа в день, слушая песни, описывающие унижающий достоинство секс.

Секс-связь смещает фокус сексуальных отношений с человека в целом на физическую привлекательность. Эта тенденция породила новую линейку продуктов, призванных помочь женщинам всегда выглядеть сексуально: от бюстгалтеров Victoria's Secret до неслыханной всего 15 лет назад идеи о том, что женщины должны носить нижнее белье-стринги на работу. В целом поразительно, сколько симптомов нарциссизма проявляется в склонности к связям, включая отсутствие эмоций в отношениях, физическое тщеславие, антисоциальные установки и поведение. Как и многие другие культурные сдвиги, связанные с нарциссизмом, не нарциссы невольно попадают в

водоворот ныне приемлемого нарциссического поведения. Что касается секс-связей, часто они заканчиваются разбитыми сердцами, когда один партнер хочет, чтобы связь или договоренность «друзья с привилегиями» переросли в настоящие отношения, а другой этого не делает.

Некоторые родители непреднамеренно привили своим детям нарциссическое отношение к отношениям, советуя, что достижения всегда должны быть на первом месте, а «любовь может подождать». Конечно, совет подросткам не вступать в романтические отношения, по крайней мере в современной культуре, не помешает им заниматься сексом. Так что сексом они все равно занимаются, оторванные от отношений и зачастую лишенные тесной эмоциональной связи. Основное внимание уделяется физическому удовлетворению, при этом непонятные эмоции, такие как любовь, остаются за кадром — или, по крайней мере, подчеркивается, что человек не так уж уязвим. Писательница Джоди Пиколт провела много часов, разговаривая со школьницами, исследуя свои последние книги о проблемах подростков: *«Десятый круг»* и *«Девятнадцать минут»*. Эти девушки сказали ей, что секс-связи — это норма, и что, хотя иногда им хочется настоящих отношений, говорить об этом нехорошо. После этих разговоров Пиколт заключила: «Мне было ясно, что мы воспитали поколение детей, не знающих, что значит иметь с кем-то отношения».

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

Личное и культурное влияние нарциссизма на отношения — проблема, которую нелегко решить. Самое простое решение — избегание — во многих отношениях является самым трудным, но оно работает: избегайте отношений с нарциссическими людьми настолько, насколько это возможно — при свиданиях, выборе друзей, выборе начальников или сотрудников. Большая часть трудностей в избегании нарциссов заключается в их выявлении, поэтому держите свой радар включенным: если кто-то кажется очень харизматичным, обаятельным или уверенным в себе, выждите некоторое время, прежде чем вступать с ним в отношения. Если этот человек действительно нарциссичен, он или она уже оставили после себя след горя, обмана или неудовлетворенных ожиданий. По крайней мере, они могут дать ключ к разгадке своего отношения через то, что они говорят. Один парень, с которым встречалась Джин, сказал: «Послушай, ты должен знать, что я эгоистичный человек». Она не очень-то ему верила и думала, что он сможет измениться, но он не смог. Другой собеседник любил указывать на то, что он будет делать что-то лучше, чем другие люди, даже если у него нет опыта в этой области (повторяя пункт опросника: «Если бы я правил миром, он был бы намного лучше»). Другой был убежден, что он станет знаменитым. Именно эти парни стали причиной того, что Джин подарила своему будущему мужу Опросник нарциссической личности на их четвертом свидании. (Он набрал низкие баллы и, что еще более примечательно, не бросился к двери, когда она достала тест.)

Даже если вы можете распознать нарциссов, вы часто сталкиваетесь с ними, особенно на рабочем месте, где у вас мало контроля над новым менеджером

или коллегой. Главное в этом случае — защитить себя. Установите разумные границы. Будьте дружелюбны, но не друзьями. Не ставьте себя в ситуацию, когда вам придется полагаться на надежность и честность нарцисса. Кроме того, ведите записи вашего взаимодействия. Если дела пойдут плохо, это может пригодиться.

Вы также можете попробовать использовать стратегии манипулирования, которые действуют на нарциссов. Женщина, у которой муж-нарцисс, однажды сказала Киту, что ее отношения сложились, потому что, по ее словам, «я безбожно манипулирую этим сукиным сыном». Лучше всего этого добиться, давая нарциссам то, что они хотят: лесть, восхищение и внимание. Если вы сделаете это хорошо, они отреагируют соответственно. Одна бывшая мадам отметила, что в мире девушек по вызову нарциссических мужчин часто называют «фраерами», потому что ими очень легко манипулировать.

Одно дело — избегать нарциссов или манипулировать ими, и совсем другое — пытаться их изменить. Нарциссы редко меняются, особенно в отношениях. Однако иногда попытка изменить кого-то может привести к успеху. У вас может быть сотрудник, который является потрясающим продавцом, но ужасным командным игроком, или супруг, который хорошо обеспечивает материальные блага, но не дает тепла и привязанности. Мы не рекомендуем бросать вызов завышенной самооценке нарциссов («ты на самом деле не так уж и привлекателен»; «на самом деле у тебя интеллект несколько выше среднего»), что будет встречено защитной реакцией и враждебностью. Вместо этого постарайтесь поощрять в нарциссе чувства нравственности, заботы и доброты, которые не будут восприниматься как угроза и могут изменить поведение нарцисса в позитивную сторону.

Одна из возможностей — создать ситуацию, в которой проявления заботы и доброты будут сопровождаться восхищением и успехом. Другими словами, покажите нарциссам, что они могут удовлетворить свои нарциссические потребности, ведя себя как порядочные и заботливые люди. Даже наша нарциссическая культура в некотором роде делает это. Общество восхваляет отцов, которые заботятся о своих детях и семьях, восхищается корпоративными магнатами, которые делают пожертвования на благотворительность, и присваивает статус героев солдатам, полицейским и пожарным, которые рискуют своей жизнью, чтобы спасти других. Вы можете получить много приятного для своего эго, будучи порядочным человеком. Поощряйте эту веру в других.

В одном недавнем исследовании психолог Эли Финкель и его коллеги (включая Кейта) хотели посмотреть, смогут ли они заставить нарциссов сообщать о большей преданности своим отношениям, просто активируя общие, заботливые мысли незаметно для них самих. Возможно, вы слышали слухи о том, что во время фильмов в кинотеатрах показывают подсознательные изображения попкорна или безалкогольных напитков, что якобы заставляет кинозрителей тратить больше денег на закуски. Хотя кинотеатры, вероятно, никогда на самом деле не использовали эту технику, такое подсознатель-

ное воздействие может привести к поведенческим изменениям в некоторых ситуациях. Психолог Джон Барг обнаружил, что студенты колледжа, которым подсознательно демонстрировали слова, относящиеся к пожилым людям, впоследствии шли по коридору медленнее, как это делал бы пожилой человек.

В исследовании Финкеля студенты колледжей, состоящие в отношениях, видели три фотографии улыбающихся и заботливых людей; другие видели нейтральные изображения, например изображения деревьев. Загвоздка заключалась в том, что эти изображения показывались на компьютере очень быстро — если быть точным, за 35 миллисекунд. Затем студенты видели список слов: если слово их описывало, они нажимали кнопку «я»; если этого не произошло, они нажали кнопку «не я». В этом списке слов были припрятаны пять слов, связанных с заботой. Действительно, нарциссические люди сообщали о более высоком уровне приверженности после того, как им подсознательно показывали фотографии заботливых людей. Фактически, нарциссы использовали столько же слов-обязательств, сколько и не-нарциссы. Невозможно каждый день показывать каждому нарциссу в стране подсознательные образы добрых, заботливых людей. Однако это исследование показывает, что мысли об этом могут влиять на внутренний мир нарциссов.

В другом исследовании ученые изучали, могут ли добрые и заботливые мысли помочь нарциссам стать более преданными партнерами в браке. Они спрашивали каждого человека, заставляет ли его партнер чувствовать себя щедрым, заботливым и сострадательным. Затем в течение нескольких месяцев за этими парами наблюдали, чтобы увидеть, как изменились их отношения. Обнадёживает то, что нарциссы, которые чувствовали, что их партнеры вызывают заботу и добрые мысли, сообщали, что стали более преданы браку. Мы по-прежнему не предлагаем вам вступать в брак с нарциссическим человеком, но это исследование дает нам еще одно доказательство того, что каким-то образом активация чувства доброты и эмоциональной близости может быть противоядием от нарциссизма.

Другая возможность — рассказать людям о многих преимуществах стабильных, заботливых и преданных отношений. Отношения часто приводят к улучшению жизни всех участников. Брак, например, особенно выгоден мужчинам. Да, тяжело работать по 60 часов в неделю с работающим супругом и маленькими детьми, но в то же время семья может держать вас в узде. Женатые мужчины меньше пьют, не задерживаются допоздна и вообще делают меньше действительно глупых вещей. Несмотря на все трудности, брак — это хорошо.

На культурном уровне наше общество должно ценить стабильные, заботливые и преданные отношения. И мы, конечно, так и делаем, но удивительное количество внимания уделяется и прямо противоположному — эгоцентричным, краткосрочным и эгоцентричным отношениям. Даже то, как американская культура прославляет свадьбы и бракосочетания,

кажется, игнорирует самоотверженные и преданные отношения, которые эти торжества должны демонстрировать. Вместо этого они в конечном итоге прославляют нарциссизм. Как отмечает Ребекка Мид в книге *«Один идеальный день: продажа американской свадьбы»*, «свадебные журналы пропагандируют... идею о том, что невеста заслуживает того, чтобы быть в центре внимания на протяжении всего периода ее помолвки...». В течение шестнадцати месяцев это ее привилегия, ее право – а по сути, ее обязанность – сосредоточиться на себе, своей внешности, своих вкусах и своей способности демонстрировать их с максимальной выгодой». Одержимость собой некоторых невест вдохновила на создание нового слова: *Bridezilla* (разумеется, с собственным реалити-шоу). Как выразилась в Википедии в 2008 году, этот термин описывает «трудную, неприятную невесту-перфекционистку, которая оставляет за собой раздраженную семью, друзей и продавцов свадебных товаров». Невеста одержима своей свадьбой как своим идеальным днем и игнорирует чувства семьи, подружек невесты и даже жениха в своем стремлении к идеальной свадьбе». Эмили Йоффе из Slate.com спрашивает: «Когда женитьба стала проявлением приобретенного ситуативного нарциссизма?» Один фотограф рассказал Миду, что «основной целью всей свадебной фотографии» было «сделать невесту максимально похожей на изображение из журнала о знаменитостях». Свадьбы стали более роскошными: простые американцы стремятся имитировать детали невероятных вечеров знаменитостей, стоивших миллион долларов. В 2006 году средняя свадьба стоила более 27 000 долларов, что на 18% больше, чем в 1990 году, даже с поправкой на инфляцию. Как показывает все еще высокий уровень разводов в Америке, эти привлекающие внимание и дорогостоящие торжества не обязательно приводят к более стабильным союзам.

Наша культура часто посылает сообщение о том, что поверхностные отношения являются хорошей моделью. Например, сценаристы телевидения и кино, похоже, одержимы поиском «магии» в отношениях. Каждый хочет волшебных отношений, которые будут особенными и не такими, как у всех. Обычные отношения, видимо, для нежелательных людей и прошлых эпох. К сожалению, в реальном мире эти магические отношения примерно так же стабильны, как некоторые атомные частицы, исчезающие быстрее, чем их можно измерить. Мы понимаем, что гораздо интереснее смотреть телевизионное шоу об эгоистичных личностях в поверхностных отношениях (это действительно не изменилось со времен Шекспира), но должен быть некий баланс. Семейные ситкомы 1980-х и 90-х годов, такие как *«Семейные узы»*, *«Шоу Косби»* и *«Обустройство дома»*, уступили место шоу об одиноких людях в Нью-Йорке; богатых подростках, прыгающих в постели; врачах-нарциссах; и реалити-шоу со знаменитостями, пытающимися найти любовь с другими телезвездами. За последние несколько лет ближе всего к семейному шоу, входящему в десятку рейтингов, подходят *«Отчаянные домохозяйки»* — далеко не лучший пример заботы.

Короче говоря, наша культура должна сосредоточиться на сути, а не на форме и остроте. Нам нужно меньше историй о Bridezillas, гипер-сексуальных знаменитостях, эксгибиционистках – участницах реалити-шоу и эгоистичных генеральных директорах, и больше примеров теплых, преданных и уважительных отношений.

ГЛАВА 14

Потехе время, а делу час. *Избалованность*¹

Недавно Киту позвонил родственник, чтобы рассказать о сцене, свидетелем которой он стал: он увидел внедорожник, который был припаркован в зоне, где парковка запрещена, стоял на полосе встречного направления и блокировал знак остановки. На бампере внедорожника он увидел наклейку с надписью «Я ♥ МЕНЯ».

Многие люди в Соединенных Штатах сегодня просто не обращают внимания на потребности других или, что еще хуже, думают, что потребности окружающих не так важны, как их собственные. Это состояние ума называется «избалованностью» — всепроникающей верой в то, что человек заслуживает особого обращения, успеха и большего количества материальных благ. Уверенность в том, что все вокруг вам обязаны — один из ключевых компонентов нарциссизма и один из наиболее разрушительных для окружающих. Когда нарциссы решают, что они вправе на особое обращение, неизменно страдает кто-то другой. Некоторым избалованность может идти на пользу — иногда, к примеру, ученики могут потребовать лучшей оценки, даже если этого не заслуживают, — но она имеет ужасные последствия, если каждый в обществе решает, что он имеет больше прав, чем остальные. Это ловушка избалованности: может быть, здорово думать, что ты номер один, но не так уж и здорово жить или работать с теми, кто также считает, что они номер один. В отличие от некоторых других симптомов нарциссизма, таких как материализм или тщеславие, привилегии подобны призраку, которого трудно увидеть в твердой форме, но который проникает во все своими холодными, прозрачными пальцами.

Избалованность — это весело, пока иллюзия длится. Вы живете в фантазии, в которой мир должен вам больше, чем вы даете. Вы можете чувствовать себя имеющим право иметь телевизор с плоским экраном, не зарабатывая денег для его оплаты. Вы можете припарковаться на месте для инвалидов, потому что вы спешите. Вы можете окончить колледж и сразу же рассчитывать на достойную работу с шестизначной зарплатой.

А можете буквально отобрать конфеты у ребенка. Лаборатория Кита действительно изучала это. Студенты колледжа заполнили анкету, оценивающую их чувство собственного достоинства (например: «Если бы я был на *Титанике*, я бы заслужил оказаться на *первой* спасательной шлюпке!» и «Я, честно говоря, считаю, что я просто более достоин этого, чем другие»). Затем сообщник передал ведро конфет с надписью «Лаборатория детского развития» и небрежно сказал: «Вы можете взять столько конфет, сколько,

по вашему мнению, вы заслуживаете». Учащиеся, набравшие наибольшее количество баллов в тесте на избалованность, взяли больше всего конфет, не особо заботясь о том, что детям останется меньше.

Исторически избалованность означало наличие социального положения или права собственности, предоставленного какой-либо законной властью. Наличие титула (или права) означало наличие явного права на социальный статус или часть собственности, например, звание лорда или герцога в британском обществе. В качестве аспекта нарциссизма избалованность означает действовать так, как будто у вас есть право на что-то, даже если у вас его нет. Есть некоторое совпадение с историческим определением: избалованный человек ведет себя так, будто он член королевской семьи, а совсем не такой, как все остальные. Студент может требовать высокой оценки, будто это его право, а не что-то, что нужно заслужить. Женщина может купить дорогую машину в кредит, даже если она не может себе этого позволить, потому что считает, что заслуживает ездить на «Мерседесе».

ИЗБАЛОВАННОСТЬ В КАМПУСЕ

Профессора колледжей часто отмечают, что сегодняшние студенты чувствуют, что заслуживают особого отношения. В 2007 году профессор Гарварда отметил, что 20 лет назад «когда несколько студентов заболели и пропустили экзамен... они извинялись и были просто благодарны, если я предлагал им пересдачу. Сейчас у меня есть дети, которые думают, что нет ничего страшного в том, чтобы пропустить тест, если у них возник какой-либо конфликт, а затем думают, что это *им* следует решить, когда я приму пересдачу». Некоторые студенты говорят: «Мне *нужна* пятерка по этому курсу», как если бы пятерка была их правом, а не чем-то, что нужно заслужить. Другие рассчитывают получить хорошие оценки только за оплату обучения и даже говорят преподавателям: «Вы работаете на меня». Наиболее избалованные думают, что получают хорошие оценки, заявляя что-то вроде: «Я не уйду из твоего офиса, пока не поменяешь мою оценку на пятерку».

Опрос студентов колледжей, опубликованный в 2008 году, подтвердил это мнение. Две трети студентов считали, что профессор должен уделять им особое внимание, если они объясняют, что очень стараются (очевидно, упуская из виду тот момент, что оценки выставляются за успеваемость, а не только за старания). Одна треть считала, что они заслуживают как минимум четверку только за посещение занятий. И, что, пожалуй, самое невероятное, одна треть считала, что им следует иметь возможность перенести выпускной экзамен, если это помешает их планам на каникулы.

Один преподаватель в Северной Дакоте, ответивший на наш онлайн-опрос, получил электронное письмо от разгневанного родителя, в котором говорилось: «Я учитель английского языка в средней школе, и я знаю, что моя дочь — пишет на отлично, и у вас нет причин ставить ей тройку». Профессор хотел — но не ответил — правдиво: «Увы, есть. Ваша дочь не пришла на занятия и не сдала все свои задания, а затем включила вас в борьбу за лучшую оценку. PS. Она пишет средненько». Мы, авторы, оба

получали электронные письма от студентов, которые, казалось, думали, что могут получить более высокую оценку только за жалобы. Другие просят выставить дополнительные баллы *после* окончания курса. Больше всего Джину понравился студент, который попросил дополнительное задание, чтобы улучшить балл через две недели после окончания семестра — его адрес электронной почты был «famousstars», а в теме письма он указал «Прочесть как можно скорее!!!»

Последние 15 лет Джоан работала консультантом по финансовой помощи в дополнительном кампусе Университета Северной Каролины; она рассказала нам свою историю в нашем онлайн-опросе. Студенты часто говорят ей: «Мне не нужны кредиты; мне нужна финансовая помощь», и ей приходится объяснять, что финансовая помощь — это нечто большее, чем просто денежные подарки. Один студент зашел в офис и объявил: «Я только что был в кассе, чтобы получить чек на возврат средств, а мне сказали, что у меня его нет. Я хочу знать, кто здесь бездельник. Когда Джоан просмотрела файл, она обнаружила, что студент даже не подал заявление на получение финансовой помощи. Столкнувшись с правдой о том, что «бездельницей» оказалась *она*, студентка сказала: «Мои родители такие глупые — они должны были сделать это за меня».

Конечно, от избалованности не застрахованы и профессора. Сама работа, вероятно, порождает нарциссизм — как-никак, несколько раз в неделю люди записывают за нами, когда мы говорим.

КАК ИЗБАЛОВАННОСТЬ РАЗЪЕДАЕТ ОТНОШЕНИЯ НА РАБОТЕ И ВНЕ ЕЕ

Избалованность вызывает реальные проблемы в отношениях. Во-первых, право приводит к конфликту. Каждый в какой-то момент делает или говорит что-то неприятное в отношениях, и то, как вы реагируете на своего партнера, определяет, будет ли эта гадость мимолетным шквалом или превратится в полномасштабную бурю. В идеале вы должны реагировать конструктивно или позитивно, когда ваш партнер делает или говорит что-то грубое или глупое.

Представьте, что ваш партнер приходит домой и сразу говорит: «Что ты приготовил мне на ужин?» Вы можете проявить любезность и сказать что-то вроде: «О, у тебя, должно быть, был тяжелый день на работе, не хочешь ли ты мне об этом рассказать?» Или вы можете просто проигнорировать грубый вопрос и сказать: «Привет, дорогая, приятно тебя видеть». Однако если вы менее сговорчивы, вы можете ничего не говорить и уйти до конца вечера, проявив к нему «холодное отношение». Или можете проявить творческий подход и ответить: «Я приготовил пасту под соусом да-иди-ка-ты с кусочками сегодня-спишь-на-диване».

Умно, да, но не лучший ответ, потому что он провоцирует вашего партнера на такой же ответ. «Звучит хорошо», — может парировать он. «Это лучше, чем спагетти повар-я-отстой, которые ты обычно готовишь?» В ярости вы швыряете тарелку с едой в стену и говорите: «Вообще-то, мы едим макароны жирный-супруг-пропускает-ужин». Следующее, что вы узнаете, будет то,

что ваш супруг всегда ненавидел вашу стряпню, его мама была права насчет вас, и вообще он уходит. Когда он уезжает, вы кричите вслед, что такой маменькин сынок, как он, должен вернуться к своей маме. Шквал перерос в ураган.

Если вы проявите немного сговорчивости, это уменьшит число конфликтов в отношениях. В этом и проблема с избалованностью: ты ведь особенный, как же кто-то смеет не проявлять к тебе уважения? Неприятные комментарии или поведение вашего супруга рассматриваются как фундаментальный вызов вашему особому жизненному статусу, и поэтому вы не можете просто их проглотить. Результатом становится нарастающий конфликт в отношениях. То же самое справедливо и с работой. Допустим, Брэндон — избалованный, самоуверенный сотрудник. Если начальник Брэндона станет критиковать его работу, он подумает: «Да как он смеет критиковать меня?» и может возразить: «Но я так много над этим работал!» Избалованные люди часто путают упорный труд с созданием чего-то хорошего. У Брэндона также, скорее всего, возникнут проблемы в отношениях со своими коллегами. Если один из них попросит его сделать что-то по-другому или скажет что-то, что Брэндон посчитает грубым, скорее всего, вспыхнет конфликт.

Избалованные люди не умеют смотреть на мир глазами другого, им трудно сопереживать чужому несчастью. Все внимание избалованного человека направлено на его собственный опыт, его собственные результаты и его собственные потребности. Это прямой путь к катастрофе в романтических отношениях, но он также не сулит ничего хорошего и в работе.

Избалованность связана с фундаментальным отсутствием уважения к другим людям. Избалованный человек считает свои потребности первостепенными, а потребности других — второстепенными.

Избалованность выражается и в чудаковатом вечном юношестве многих взрослых американцев. Подростковый возраст — наиболее нарциссический период жизни — сдвигается все позже за былые пределы. Во-первых, существует хорошо известный феномен: двадцатилетним людям требуется больше времени, чтобы освоиться в карьере и вступить в брак, и все больше и больше людей живут со своими родителями. Но это выходит далеко за рамки этого. В статье в журнале *New York* в 2006 году под названием «Up with Grups» (этот термин означает взрослых, которые не могут повзрослеть) задавался вопрос: «Когда для среднего 35-летнего жителя Нью-Йорка стало нормой... постоянно гулять с iPod в ушах, слушать последнее из Bloc Party... думать, что Sufjan Stevens — идеальная музыка для ее двухлетнего ребенка, потому что, давайте посмотрим правде в глаза, у двухлетних детей плохой музыкальный вкус, и мы не будем слушать *Wiggles* в этом доме; ... уходить с офисной работы, потому что — знаете что? — к черту офис и к черту все попытки добиться повышения до вице-президента, потому что разве повышение не является просто еще одним словом, обозначающим «рабство»?... и, кроме того, теперь, когда она фрилансер, и работает над собственными проектами, на своих собственных условиях, гораздо легче в

середине недели отправиться покататься на сноуборде в Шугарбуш, потому что ей нужно иметь некоторый баланс, верно?

Не так давно 40-летние носили костюмы, а 20-летние – футболки и джинсы. Теперь все носят футболки и джинсы. Весь этот феномен пронизан идеей о том, что человек должен быть способен достичь индивидуалистической нирваны, сохраняя хорошие стороны подросткового возраста (удобную одежду, эгоцентризм, невмешательство в работу), одновременно отбрасывая плохие стороны (отсутствие денег, других людей говорящих вам, что делать). Лишь немногие избранные могут осуществить эту фантазию; для остальных возможность покататься на сноуборде в середине недели в конечном итоге будет означать отсутствие возможности катания на сноуборде вообще, потому что у них закончатся необходимые для этого деньги.

ПРОБЛЕМА СОТРУДНИКОВ

В бизнесе избалованность часто сводится к уравнению: меньше работы — больше оплаты. Многие работники сегодня хотят этого, но также хотят большей гибкости, баланса, смысла и похвалы за свою работу. «Если вы ожидаете, что они просто будут стоять за кассой и улыбаться, они не будут этого делать, пока вы не объясните им, почему это важно, а затем не похвалите их за это», — говорит Джон Спано, директор по персоналу в сети кинотеатров. Боб управляет бизнесом, в котором работают промышленные и канцелярские работники в Миннеаполисе, и согласился пройти на наш опрос. «Сотрудник нередко звонит мне в офис до того, как я приеду на работу, и сообщает мне, своему работодателю, что он слишком устал, чтобы идти на работу, и ему нужно больше спать. Они действительно не видят ничего плохого в том, чтобы оставаться дома, ходить на работу и спать». Один сотрудник, который сделал это три раза за неделю, был уволен, а через несколько месяцев позвонил с просьбой о другой работе.

Начальники «белых воротничков» также заметили это, жалуясь, что работников интересует то, что компания сделает для них (тренажерный зал на территории, много свободного времени), а не что они сделают для компании. Завышенные ожидания становятся новой нормой; есть множество историй о сотрудниках, ожидающих изменить устоявшиеся методы ведения бизнеса в течение первой недели на работе или верящих, что они будут управлять компанией в течение пяти лет. Мантра нового сотрудника может звучать так: «Я хочу работу, которая будет приносить удовлетворение, будет гибкой и с шестизначной зарплатой». Если они не получают всего этого и притом быстро, многие работники просто уволятся, что усилит тенденцию к смене работы, которая расстраивает многих менеджеров. В опросе 2500 менеджеров по найму, проведенном в 2007 году, 87% говорится, что молодые работники «более избалованы с точки зрения вознаграждения, льгот и карьерного роста, чем представители старшего поколения».

Когда Джин опрашивала своих студентов в штате Сан-Диего (правда, выборка не была репрезентативной в национальном масштабе, но все же интересной), студенты всегда выбирали слово «ленивое», когда их просили

описать негативные характеристики своего поколения (материалистическое, эгоцентричное и неуважительное вошли в Топ 4). Поначалу Джин отнеслась к этому скептически, задаваясь вопросом, не повторяют ли ее ученики просто обвинения, которые они слышали от сварливых старших. Нет, сказали они, они просто заметили, что многие из их сверстников ленивы.

К сожалению, многие менеджеры и наблюдатели начинают с этим соглашаться. В опросе руководителей корпораций, проведенном Министерством труда США, многие заявили, что они передают рабочие места в другие страны, потому что иностранные работники лучше относятся к работе. «Американским работникам... нужны навыки управления гневом и разрешения конфликтов», — заявила министр труда США Элейн Чао. «Слишком много молодых людей оцетиниваются, когда руководитель просит их что-то сделать».

БАЛАНС - ВЗДОР

Или возьмем новое модное бизнес-слово «*Баланс между работой и личной жизнью*» (англ. *work-life balance* – прим. пер). Эта тенденция началась с осознания того, что многие люди хотят перестать приходить домой из офиса, когда их дети уже спят. Это важная цель, и мы лично рады, что это удастся нам обоим большую часть времени из-за потенциальной гибкости наших профессорских должностей. Мы можем втиснуть работу ранним утром или поздним вечером, печатать дома, пока ребенок бьет игрушки в надувном кресле, и проводить встречи по мобильному телефону, пока ездим по городу. Однако это далеко не «баланс между работой и личной жизнью» — это скорее столкновение работы и личной жизни. Мы по-прежнему считаем, что нам повезло, что он у нас есть, но это не совсем расслабляет.

Реальный конфликт в обществе, который породил интерес к балансу между работой и личной жизнью, то есть к очень важным и часто конкурирующим целям заботы о детях и работы, быстро расширился и включил в себя более эгоцентричные цели, такие как иметь достаточно времени для путешествий, заниматься своим хобби и общаться с друзьями. Группа, которая больше всего говорит о балансе между работой и личной жизнью, — это люди двадцати с лишним лет, большинство из которых бездетны и хотят иметь гибкий график, чтобы иметь возможность бросить все и покататься на каяках со своим другом, который приезжает в город, или провести «день психического здоровья». Даже если сотрудник хочет «баланса», чтобы взять отпуск и добровольно помогать другим (обычно избалованность этому противоречит), это все равно проблематично, потому что сотрудник чувствует себя вправе выполнять меньшую работу для компании, получая при этом ту же зарплату. Если бы кто-то, подавший заявку на должность преподавателя в любом из наших кампусов, сказал, что хочет меньше преподавать и заниматься исследованиями, чтобы иметь возможность работать волонтером в обществе, его бы не взяли на работу. Это может показаться суровым, пока вы не примете во внимание, что зарплаты преподавателей в государственных университетах частично финансируются за счет налоговых поступлений, и налогоплательщики ожидают, что эти деньги пойдут на финансирование

крупных исследований и преподавания, а не на волонтерскую организацию по выбору преподавателей. Волонтерство – это здорово, но, когда вы делаете это за счет людей, оплативших обучение или налогоплательщиков, это не так уж и здорово.

Веские доказательства желания меньше работать есть в исследовании «Мониторинг будущего», продолжающемся исследовании, в ходе которого ежегодно, начиная с 1970-х годов, опрашивалась репрезентативная выборка американских старшеклассников. В период с 1976 по 2006 год все больше и больше студентов соглашались с тем, что «работа — это просто заработок на жизнь», и отдавали предпочтение работе с большим количеством каникул. Мор сказал, что, если бы у них было достаточно денег для комфортной жизни, они бы не захотели работать. Еще меньше заявили, что готовы работать сверхурочно, чтобы хорошо выполнить свою работу. В то же время они с большей вероятностью хотели получить работу, за которую платят много денег и к которой другие люди относятся с уважением. К сожалению, желание получить больше денег за выполнение меньшего количества работы — это краткое содержание избалованности. Как мы отмечали в Главе 5, молодые люди привыкли ожидать этого: молодые поколения получают более высокие оценки в средней школе, даже несмотря на то, что они уделяют меньше времени домашним заданиям.

Растет тенденция работать неполный рабочий день даже в самых престижных профессиях. Число врачей, работающих неполный рабочий день, подскочило на 46% с 2005 по 2007 год. Частично это увеличение связано с тем, что женщины хотят иметь гибкий график для воспитания семьи, но почти треть врачей-мужчин, перешедших на неполный рабочий день, заявили, что им нужно больше времени для «несвязанных с профессиональным или личным занятием». (Гольф?)

Как отмечает Кит Хаммондс в статье под названием «Баланс — это чушь» в журнале *Fast Company*, баланс между работой и личной жизнью теперь рассматривается как право, а не привилегия: «В последнем поколении баланс завоевал огромный культурный резонанс. Это больше не просто тема для разговора за коктейлем, а нечто вроде нового неотъемлемого права, проникающего в американский этос, если не в Конституцию: жизнь, свобода и стремление к равновесию. Самореализация и качественное времяпровождение для всех!» Это, как если бы люди говорили: «Я хочу быть лучшим в своей карьере, но при этом иметь разнообразную жизнь за пределами своей работы». Конечно, без проблем. Вы можете пополнить несуществующие ряды действительно успешных людей, которые отдают своей карьере целых 58%. У нас нет проблем с людьми, которые посвящают себя своей карьере и добиваются лучших результатов. У нас также нет проблем с людьми, которые посвящают себя семье, а не карьере. У нас даже нет проблем с людьми, которые не посвящают себя карьере или семье, но ведут активную и веселую общественную жизнь. И мы сочувствуем людям, которые хотят посвятить себя как своей карьере, так и семье, и мы оба изо всех сил пытаемся сделать это сами. Но эпидемия нарциссизма явно распространяется в культуре, когда

существуют легионы людей, которые не хотят посвящать себя своей карьере и при этом думают, что заслуживают быть лучшими.

В статье в *Wall Street Journal* в 2007 году партнер престижной юридической фирмы отметил, что молодые сотрудники требуют похвалы за свою работу; некоторые даже плакали, когда получали критические отзывы. Старшие партнеры фирмы были в замешательстве: когда они были молодыми сотрудниками, они помнили, что отсутствие криков считалось похвалой. Партнерам пришлось привлечь стороннюю помощь, чтобы научиться справляться с новыми работниками. Некоторые компании нанимают «консультантов по похвале», которые советуют начальникам не критиковать сотрудника, опаздывающего на работу; вместо этого им следует хвалить сотрудника, когда он приходит на работу вовремя. Один консультант по похвале бросает несколько фунтов конфетти в неделю. В прежние времена награда, которую получал за своевременный приход на работу, называлась «не быть уволенным», и многие утверждают, что ожидание похвалы за приход на работу является следствием избалованности.

К ЧЕРТУ ТЕБЯ И ТВОЮ ЛОШАДЬ: ИЗБАЛОВАННОСТЬ И КОНФЛИКТЫ

Желание добиться успеха, причиняя вред коллегам, является еще одним весьма разрушительным аспектом избалованности на рабочем месте. Нарциссы часто используют своих товарищей по команде в попытках добиться успеха любой ценой. Это «карьеристы», «подлизы» или «предатели» — люди, которые добиваются успеха за счет других и ставят под угрозу успех организации. Когда нарциссы работают вместе с другими над групповым заданием, они берут на себя успехи группы и обвиняют своих коллег в их неудачах, даже если у них близкие, дружеские отношения. Такой корыстный подход может заставить нарцисса хорошо выглядеть в глазах своего начальника, но разрушает отношения нарцисса с коллегами. В конце концов, это имеет неприятные последствия, когда никто не хочет снова работать с нарциссом.

Избалованность также несет далеко идущие и разрушительные последствия для общества, разрушая практику взаимности и обязательств. Основным принцип взаимности заключается в том, что, если кто-то делает что-то для меня, я должен сделать что-то для него взамен. Например, если вы получаете от кого-то рождественскую открытку, вы чувствуете себя обязанным отправить и ему открытку. Если вы этого не сделаете, вы почувствуете себя виноватым.

Взаимность окупается, когда ставки выше. Допустим, подруга помогает вам, когда ваш компьютер выходит из строя. По правилам обмена вы ее должник. Ваша знакомая, разбирающаяся в компьютерах, звонит в следующем месяце, потому что ей нужно перевезти мебель в дом, и она не может сделать это одна. Вы в довольно хорошей форме, поэтому заходите и помогаете ей. Итак, вы оба помогли друг другу с минимальными затратами — вашей подруге не составило труда починить ваш компьютер, а вам не составило труда передвинуть диван — но вы оба получили очень многое. Эти неформальные

обмены происходят в обществе постоянно и играют огромную роль в функционировании мира. Главное, чтобы люди в какой-то момент ответили взаимностью на помощь.

Что произойдет, если вы имеете дело с кем-то с большим чувством собственного достоинства? Он может попросить вас об одолжении, и вы соглашаетесь. Вы добрый человек и всегда рады помочь. Вы не получаете благодарности, но спускаете это на тормозах. Затем человек снова просит об одолжении, и вы снова соглашаетесь. Однако на следующей неделе вы просите человека об одолжении взамен, и он категорически отказывается. Возможно, он даже выглядит удивленным, что вы попросили его об одолжении. Вы немного разозлитесь, и в следующий раз, когда он попросит об одолжении, вы откажетесь. Теперь вы в целом немного менее добры и менее склонны снова доверять другим людям. Это серьезная проблема: избалованные люди не рассматривают взаимность как улицу с двусторонним движением, они рассматривают услуги как дорогу с односторонним движением, ведущую к ним. В результате вся концепция взаимности ослабевает, а жизнь для всех становится немного сложнее и изолированнее. Взаимность — это клей, который связывает общество, а избалованность растворяет этот клей.

ГЛОБАЛЬНОЕ ПОТЕПЛЕНИЕ И ИСТОЩЕННАЯ ЗЕМЛЯ, ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗБАЛОВАННОСТИ

Избалованные люди считают, что имеют право брать больше «благ» от мира, будь то рыба или топливо. Если больше людей так почувствуют, ресурсы иссякнут, и будущим поколениям ничего не останется. В одном своем исследовании Кейт и его коллеги попросили студентов сыграть роль генерального директора лесозаготовительной компании, одной из четырех компаний, занимающихся заготовкой древесины в лесу. Поскольку леса являются возобновляемыми ресурсами (например, рыба, крупный рогатый скот и сельскохозяйственные культуры), лес будет расти снова, и его можно будет заготавливать вечно, если компании будут брать только ограниченное количество леса за раз. Однако если они возьмут слишком много, лес будет уничтожен. Участники-нарциссы срубают больше деревьев, тем самым «выигрывая» в краткосрочной перспективе, создавая впечатление, что эгоизм и недалекость — это выигрышная стратегия. Однако, чем больше нарциссов играли в эту игру, тем быстрее исчезал лес. Четыре нарцисса, рубящие деревья, уничтожили лес гораздо быстрее, чем четыре менее нарциссических человека. Для максимизации прибыли при сохранении ресурсов требовалось больше готовых к сотрудничеству и менее самовлюбленных людей. В конечном итоге выигрывало больше людей, когда участники были менее избалованы. Невозобновляемые ресурсы, такие как топливо, исчезают еще быстрее, когда избалованные люди начинают больше потреблять. Чем больше «Хаммеров» заполнит дороги, тем быстрее закончится нефть на всей планете.

ЛЕЧЕНИЕ ЭПИДЕМИИ

Один из лучших способов борьбы с избалованностью — быть благодарным за то, что у вас уже есть. В одном увлекательном исследовании людей просили раз в неделю в течение десяти недель перечислять все вещи, за которые они благодарны. По сравнению с группой людей, которые не выполняли это задание, те, кто думал обо всем, за что был благодарен, сообщили о большем ощущении благополучия, лучшем здоровье и большем количестве физических упражнений. Они также старались эмоционально поддерживать других. Благодарность — это противоположность избалованности: вы думаете о том, что у вас уже есть, а не о том, что вы заслуживаете, но не имеете.

Каждый может практиковать благодарность самостоятельно, а также поощрять ее в семье и у детей. Когда мы, авторы, были детьми, ее поддерживал аргумент «дети в Китае голодают», который, похоже, вышел из моды, и не только потому, что в Китае стало больше еды. Когда дети смотрят телевизор, они видят все, чего у них нет, и редко — по телевизору или в реальной жизни — видят жизнь менее удачливых молодых людей. Сейчас, как никогда, важно, чтобы дети поняли, что многие находятся в худшем положении. Джин любит шутить, что лучший ответ на что-то плохое — это установка жителей Среднего Запада: «Могло быть и хуже». В большинстве случаев это действительно так.

Кроме того, мыслями о благодарности можно поделиться с семьей во время еды и праздников. Это обычная практика в День Благодарения, но не в остальное время года. Другие небольшие практики также могут стимулировать благодарность. Например, открытки с благодарностью — отличный способ выразить свою благодарность другим людям. Они не обязательно должны быть просто подарками; Благодарность людей за то, что они каким-то образом помогают вам или просто за то, что вы являетесь хорошим другом, наставником или родителем, приносит пользу всем людям. Конечно, один из лучших способов заставить детей выразить благодарность — это выразить ее самому. В идеале выражение благодарности сведет избалованность на нет. Стоит перенять еще одну праздничную традицию — еврейскую практику в Йом Кипур просить прощения у важных для вас людей. Независимо от вашей религии, отношения сглаживаются благодаря извинениям и прощению. Извиняться за все, что вы сделали кому-то плохо, — значит отказаться от избалованности и двигаться к настоящей связи с другими.

На рабочем месте один из лучших способов борьбы с избалованностью — это дать работникам возможность попробовать работу, которая принесет им некоторое смирение. Летняя работа и карьерное обучение (так называемая оплата взносов) учат людей тому, что они родились не во дворце, и прививают полезные навыки. В последнее время отдавать долг вышло из моды. Одна книга, написанная двадцатилетними для двадцатилетних, называется «Грайндхоппинг: постройте достойную карьеру, не платя по счетам». Хотя, было бы здорово основать собственную компанию и сразу же стать

генеральным директором, как советует книга, очень немногие люди могут пойти по этому пути. И даже если у вас есть собственная компания, вам придется много работать. Спросите любого, кто владеет малым бизнесом, — он расскажет вам о долгих часах работы и о том, сколько раз им приходилось работать за прилавком.

Правда жизни состоит в том, что практически каждая работа требует некоторой подготовки, особенно в начале. Мы оба любим свою работу профессоров и исследователей, но начинали как аспиранты, как и все остальные. Мы проводили, казалось бы, бесконечные исследования в лабораториях без окон, часами вводили данные из стопок бумаг высотой в несколько футов и копировали статью за статьей на библиотечном ксероксе. Это не было работой на соляных шахтах или уборкой гостиничных номеров, но не было и гламурным интеллектуальным упражнением или постоянным развлечением. Даже сейчас, несмотря на все наши веселые времена, такие как написание этой книги или работа с нашими студентами над исследовательскими идеями, мы также трудимся, просматривая едва читаемые студенческие работы, сдаем экзамены, ходим на заседания комитетов, неизменно вызывающие мысли о самосожжении, и так же иногда вводим данные. Мы не жалуемся — как раз наоборот — но мы также не ожидаем, что работа будет приносить постоянное удовольствие. Черт возьми, даже такие приятные занятия, как рыбалка, гольф или боулинг, требуют от вас оплаты взносов.

В целом американцы утратили представление о том, что честный рабочий день имеет ценность за честную оплату, даже если работа не приносит удовлетворения. Этот вопрос недавно поднялся в ходе бурной дискуссии вокруг нелегальной иммиграции. Некоторые сторонники нелегальной иммиграции утверждают, что «иммигранты выполняют работу, которую американцы делать не хотят». В этом заявлении есть что-то действительно тревожное; это означает, что некоторые рабочие места недостойны американцев, что американцы не хотят пачкать руки или надрывать спину, выполняя работу, которая поддерживает страну, поэтому им приходится импортировать для этого труда людей, которых они считают ниже себя. Это один из поворотов логики эпидемии нарциссизма: видимо, лень и нежелание работать делают американцев лучше людей, готовы трудиться.

Если это правда, то это сулит очень плохие перспективы для нашего будущего как нации. Традиционно в молодости каждый выполняет паршивую работу. Раньше в этом видели возможность научиться смирению и характеру. Одно из величайших переживаний смирения Кит испытал, когда работал в кладбищенскую смену, проводя инвентаризацию в магазине в центре Окленда. Работа была очень простой: он читал номера на товарах и записывал их в блокнот. Кит работал рядом с женщиной, которая, вероятно, страдала шизофренией — пока она работала, у нее был жаркий разговор с кем-то, кого там на самом деле не было. Подошел менеджер, посмотрел на работу женщины-шизофреника и сказал: «Хорошая работа». Затем он посмотрел на лист Кита и отметил, что Кит не следовал указаниям — он

поставил решётку посередине своих семерок по европейскому обычаю. Чтобы показать сотрудникам, как правильно писать числа, в компании были образцы, но Кит не удосужился их прочесть, потому что был слишком умен. Урок дисциплины был пройден и усвоен.

Молодых людей, особенно из богатых семей, следует поощрять выполнять тяжелую работу, чтобы научиться смирению, состраданию, связи между работой и оплатой, а также ценности доллара. Такая работа научит молодых людей чувству связи с теми, кто делает карьеру на этой работе, а не смутному чувству превосходства над ними. Мы также считаем, что крайне важно относиться к людям, выполняющим низкооплачиваемую работу, с достоинством и уважением. Легче целый день сидеть за столом, чем обслуживать столики в закусочной или забивать гвозди в крышу летом в Джорджии; тем не менее, почему-то многие американцы среднего и высшего класса чувствуют, что они выше людей, выполняющих подобную работу. Это должно измениться. Вместо того, чтобы прославлять людей, которые разбогатели без особых усилий, включая многих знаменитостей, новый американский герой должен стать старым американским героем: парнем или девушкой, которые встают утром, зарабатывают на жизнь работой и не жалуется на это.

ГЛАВА 15

Бог не создавал тебя быть как все.

Религия и волонтерство

Мэри, самая младшая из восьми детей в римско-католической семье, каждое воскресенье ходила со своей семьей на мессу, изучая традиционные ценности религии, такие как благотворительность, скромность, мир и содействие общему благу. В конце 1960-х годов она уехала из родного города и вернулась пять лет спустя, чтобы обвенчаться в 100-летней церкви, как это сделали ее родители и все ее сестры. Мэри и ее муж вскоре переехали в более крупный город, но присоединились к тамошней католической церкви и отправили всех троих своих детей в католическую школу. Вера Мэри была постоянной в ее жизни, от крещения до свадьбы и окончания средней школы ее младшим ребенком.

Истории, подобные истории Мэри, становятся все реже и реже. Не так давно подавляющее большинство американцев родились в определенной религии и оставались в ней всю свою жизнь. Но когда Форум Pew по религии и общественной жизни опросил 35 000 взрослых американцев в 2007 году, они обнаружили, что 44% респондентов оставили веру своего детства в пользу другой конфессии, другой религии или вообще отказались от религии. «Американская религиозная экономика подобна рынку: очень динамичная и очень конкурентная», — сказал директор Pew Forum Луис Луго. Католическая церковь потеряла больше членов, чем любая другая религиозная традиция: каждый третий американец был воспитан католиком, но менее одного из четырех заявили, что сегодня они католики. Основные протестантские конфессии также теряют членов. В ежегодном опросе первокурсников американских колледжей 17,4% студентов 2006 года сообщили об отсутствии религиозных предпочтений, что более чем в два раза превышает число тех, кто не имел никаких предпочтений в 1978 году (8,3%). Опрос Pew показал, что в 2007 году каждый четвертый человек в возрасте от 18 до 29 лет не имел религиозной принадлежности.

Религия и волонтерская помощь другим теоретически должны противодействовать эпидемии нарциссизма. Но даже эти аспекты общественной жизни были изменены эпидемией. Религии и волонтерские организации, которые придерживались индивидуалистических ценностей, процветали, а те, что их не придерживались, часто увядали. Ни те, ни другие, не сыграли значительной роли в возникновении эпидемии нарциссизма; на самом деле, в большинстве случаев те, и другие смягчали ее. В то же время оба адаптировались к новой культуре, способствующей сосредоточению внимания на себе. Религиозные и волонтерские организации, добившиеся успеха, дали людям то, чего они хотят — самолюбование. Однако, привлекая людей обещаниями о себе, религия и волонтерство часто начинают противодействовать эксцессам современной культуры. Получается что-

то вроде нарциссического джиу-джитсу: обещание удовлетворения их нарциссических потребностей приводит людей в организацию, но индивидуальный нарциссизм людей в конечном итоге организацией снижается.

Плохая новость заключается в том, что традиционные религиозные организации – те, которые мало что могут предложить человеку – увядают и в Соединенных Штатах и Европе. Это вызывает беспокойство, поскольку религия традиционно тормозит нарциссическое поведение. Многие религиозные убеждения напрямую способствуют уменьшению нарциссизма (или связанных с ним концепций, таких как гордость и эгоизм), учат вере во что-то большее, чем самость, идее о том, что человек должен жить в соответствии с определенными правилами, применимыми ко всем, и ценности единоверцев. Индивидуалистический, даже нарциссический девиз «Делай то, что правильно для тебя» не очень хорошо сочетается с одинаковыми для всех правилами и убеждениями большинства религий. Евангелия полны стихов, восхваляющих смиренных и кротких, и порицающих гордых. В Притчах есть стих: «Господь разрушит дом гордого». В Нагорной проповеди отмечается, что кроткие «наследуют землю». Христианский акцент на прощении, особенно врагов, также требует смирения – во многом противоположного нарциссизму. «Подставить другую щеку» не является нарциссическим действием. Ряд исследований показал, что нарциссы реже прощают других. Они рассматривают проступки других по отношению к ним как долг и хотят, чтобы они были выполнены. Нарциссы также менее склонны прощать Бога за проблемы и неприятности в их собственной жизни. Христианство и конфуцианство учат, что вы должны относиться к другим так, как вы хотели бы, чтобы относились к вам, – еще одно изречение, противоречащее нарциссическому этосу.

Восточные религии также напрямую фокусируются на эгоизме как источнике страданий. В индуистской Катха - *упанишаде* Начикетас встречает Смерть, которая предлагает ему материальное богатство и социальный статус, если он уйдет, не задав вопросов о тайне жизни. Начикетас, однако, не согласен, отмечая, что перед лицом Смерти материальные блага и социальный статус бессмысленны. Видя мудрость Начикетаса, Смерть смягчается и открывает ему тайну бессмертной души. Буддизм идет еще дальше в этих идеях, утверждая, что не существует даже бессмертной души (*анатмана*). В дзэн также есть несколько историй, описывающих негативные последствия эгоизма. Например, премьер-министр династии Тан однажды спросил мастера дзэн: «Что такое эгоизм согласно буддизму?» Мастер ответил резким тоном: «Что это за глупый вопрос!?» Оскорбленный премьер-министр разозлился. Затем мастер дзэн улыбнулся и сказал: «*Это*, Ваше Превосходительство, эгоизм». Первоначально религии могли навязывать методы снижения нарциссизма, потому что им не нужно было конкурировать за приверженцев: если вы родились в религии, вы обычно в ней и оставались. Однако теперь люди могут выбирать ту религию, которая им подходит — часто ту, которая предлагает больше всего преимуществ с наименьшими страданиями. Чтобы

конкурировать, религии должны давать людям то, что они хотят. Поскольку снижение нарциссизма не всегда приятно, большинство людей перестают посещать церкви, требующие смирения.

Религиозные люди не обязательно менее нарциссичны, чем другие. Религия — это большой шатер, члены которой проявляют одновременно и самопожертвование, и бешеный эгоизм. Всегда были и всегда будут люди, использующие религиозные убеждения для усиления собственного нарциссизма, наиболее вопиющие из которых создают свои собственные культы. Ветвь Давидианцев из Уэйко, чей комплекс сгорел в 1993 году, была названа в честь их харизматического лидера Дэвида Кореша (имя, которое он дал себе; его настоящее имя было Винни).

Когда группа социологов Калифорнийского университета в Беркли в 1980-х годах написала *«Привычки сердца»*, они были удивлены, обнаружив женщину по имени Шейла, исповедовавшую свою собственную религию. Она не только построила свою собственную систему верований и ритуалов, но и назвала религию Шейлаизмом. Шейла объяснила свой шейлаизм следующим образом: «Просто постарайтесь любить себя и быть нежными с собой». Профессор гуманитарного развития Джеффри Арнетт обнаружил, что идея «создать свою собственную религию» была очень распространена среди двадцатилетних, которых он изучал. Один из них отметил: «Я считаю, что все, что вы чувствуете, — это личное.... У каждого свое представление о Боге и о том, что такое Бог... У вас есть свои собственные убеждения относительно того, как вы к этому относитесь, что для вас приемлемо, а что подходит лично для вас». То, что когда-то было исключительно коллективным занятием, стало гораздо более индивидуальным.

РЕЛИГИЯ И САМОЛЮБИЕ

Кейт вырос в епископальной церкви. Он ходил на традиционные службы (да, немного скучные), приходил, потому что чувствовал себя обязанным, и у него не было абсолютно никаких нарциссических потребностей, удовлетворяемых церковью. Как и многие участники опроса Рев, и к большому разочарованию своей матери, Кит отошел от традиционной церкви, вместо этого проводя время за изучением религии, философии и науки и пытаясь самостоятельно постичь вселенную (по-настоящему ему это так и не удалось, и, таким образом, китизма нет). Однако недавно у Кита случился совсем другой религиозный опыт, который заставил бы его посещать церковь, если бы он испытал это, когда был помоложе. Он пошел в мегацерковь Южной Калифорнии с семьей своей сестры. Наполненная множеством возможностей, церковь представляла собой гигантский, настраиваемый религиозный центр. На обширной территории церкви были открыты кофейные киоски (с элитным кофе, а не с дешевым пойлом). Службу можно было смотреть изнутри стадиона, снаружи или в кафе/книжном магазине по телевизору с плоским экраном (вариант, который сестра Кита назвала «церковно-облегченным»). Сама служба началась с выступления талантливого и вдохновляющего музыканта, звучащего как Дэйв Мэтьюз. Слова музыки проецировались на экран, так что при желании можно было

подпевать (это тоже был выбор). Затем выступил мотивационный оратор, рассказавший фантастическую историю с посланием из личной жизни (со ссылкой на Павла из Библии). После окончания службы все съели пончики и выпили еще очень хорошего кофе, пока дети играли на лужайке. Кит был счастлив, дети были счастливы (в здании воскресной школы были видеоигры и играла живая музыка), и это был прекрасный калифорнийский день.

В каком-то смысле служба ничего не требовала. Это было действительно интересно. Была огромная степень индивидуального выбора, и никакого преклонения колен — если только вы этого не хотели. Приспособившись к сегодняшней эгоцентричной культуре, эта мегацерковь смогла вернуть людей к религии. Многие из тех, кто присоединился, начнут больше думать о Боге, некоторые будут подробно изучать Библию, некоторые станут лучшими и заботливыми гражданами, некоторые станут добровольно помогать миру, а некоторые в конечном итоге станут менее нарциссическими. Эта странная алхимия — взять нарциссизм и попытаться превратить его в альтруизм — лежит в основе многих современных религий.

Джоэл Остин — пастор церкви Лейквуд в Хьюстоне, штат Техас, крупнейшей церкви в Соединенных Штатах, настолько большой, что теперь службы проводятся на отреставрированной спортивной арене. Лейквуд явно дает людям то, что они хотят. «Бог не создал вас средним», — пишет Остин (оставляя без ответа уместный вопрос: если Бог не хочет, чтобы кто-то был средним, разве это не меняет средний показатель?). «Ты создан, чтобы превосходить других. Вы были созданы, чтобы оставить свой след в этом поколении... Начните [верить]: «Я был избран, поставлен отдельно, мне суждено жить, побеждая», — пишет Остин в своей книге *«Стань лучшим собой»*, являющейся частью новой тенденции, когда религиозные книги превращаются в саморазвитие. По словам Остина, одна из его любимых фраз в кино: «Победить — значит прославить Бога». По мнению Остина, победа, безусловно, может включать в себя больше денег и лучшую работу. «Бог может вмешаться в вашу ситуацию, заменив вашего начальника, чтобы вы могли получить повышение», — пишет Остин в книге *«Ваша лучшая жизнь сейчас»*. «Как только вы начнете ожидать большего, вторым ключевым элементом расширения вашего видения станет вера в то, что Бог *приготовил для вас еще больше!* Остин явно практикует самолюбование, которое проповедует; стены Лейквудской церкви покрыты идеально отрисованными аэрографом фотографиями Остина и мемориальными досками, цитирующими его слова.

Но у послания Остина есть и обратная сторона. Вторая половина *«Стань лучшим собой»* — это почти курс борьбы с нарциссизмом: хвалите людей как можно больше, проглотите свою гордость и извинитесь, выпустите раздоры из своей жизни, постройте лучшие отношения. Звучит хорошо, но, чтобы привлечь американцев, погруженных в нашу эгоцентричную культуру, он начинает с противоречивой предпосылки, что самолюбование должно стоять на первом месте. «Если вы не любите себя, вы не сможете любить других», — пишет он, повторяя клише, ошибочность которого доказана всеми самолюби-

выми нарциссами, из которых получаются ужасные партнеры в отношениях. Некоторые советы Остина опасно близки к нарциссической жадности. Он приводит пример пары, которая сняла небольшую квартиру, но наполнила ее мебелью, предназначенной для более просторного дома, который они надеялись построить в будущем. «Они говорили: «Мы не собираемся сидеть сложа руки и принимать это. Бог вложил в наши сердца нечто большее, и мы готовы подняться еще выше». Он предлагает всем нам быть смелыми в выражении наших желаний, как это было с его сыном, когда он получил новую гитару, которую хотел, а затем сразу же спросил: «Как ты думаешь, когда мы сможем получить для меня новую клавиатуру?»»

Остин также пишет, что «мнения других людей не определяют ваш потенциал» — это версия убеждения нарцисса в том, что он лучше других людей, независимо от того, что говорят другие. «Бог не вложил бы эту мечту в ваше сердце, если бы Он уже не дал вам все, что вам нужно для ее осуществления», — пишет Остин в отрывке, в который, кажется, верят все плохие певцы из *American Idol*, даже после того, как Саймон сказал им, что они отстой.

Многие церкви по всей стране сейчас пропагандируют «христианство процветания», или, как сформулировано в одной книге, идею о том, что *Бог хочет, чтобы вы были богатыми*. Джордж Адамс, бывший плиточник из Огайо, перевез свою семью в район Хьюстона, чтобы посещать церковь Остина. «Бог показал мне, что Он не хочет, чтобы я был заурядным человеком», — говорит Адамс в статье журнала *Time*. Устроившись на работу по продаже автомобилей, он говорит: «Это новый день, который дал мне Бог! Я на пути к шестизначному доходу!» Он верит, что в конце концов Бог поможет ему продать достаточно машин, чтобы он мог купить дом своей мечты с 25 акрами земли, лошадьми, прудом и скотом. Из четырех крупнейших мегацерквей в Соединенных Штатах три учат той или иной версии «процветания» — идее, что Бог не хочет, чтобы вы были бедными. «Трагедия в том, что христианство стало сторонницей культуры», — говорит Стивен Протеро, заведующий кафедрой религии Бостонского университета.

Это совсем другой взгляд на Бога и религию, чем был распространен всего несколько десятилетий назад. Тогда религия возлагала на вас определенные надежды; она не была средством осуществления вашей мечты. Были правила поведения (никакого прелюбодеяния, никаких идолов перед Богом, ходите в церковь, не лгите и не воруйте, не работайте в субботу, не пожелайте имущества ближнего), и вам лучше следовать им или вы будете обречены на ад (или, по крайней мере, вам придется признать свои грехи, исповедовать их и покаяться). Многие из сегодняшних проповедников говорят, что Бог по-прежнему не хочет, чтобы вы грешили, но Он также хочет, чтобы у вас был большой дом.

Традиционно религия также поощряла связи с другими людьми и обществом. Члены церкви знали друг друга и помогали друг другу. Многие религиозные службы включают в себя часть, в которой прихожане говорят другим:

«Мир вам». Даже пасторы, занимающиеся самоутверждением, такие как Остин, подчеркивают это. «Не совершайте ошибку, проживая свою жизнь эгоцентрично, торопясь в течение дня, заботясь только о себе», — пишет он. «Уделите время людям... научитесь ценить их. Когда вы идете в продуктовый магазин, скажите кассиру доброе слово. Будь дружелюбным.» Проблема в том, что трудно быть терпеливым и дружелюбным ко всем, когда ты слишком сосредоточен на собственном успехе и думаешь, что ты особенный.

ВОЛОНТЕРСТВО И СЕРВИС

В 1990 году 64% старшеклассников хотя бы раз в прошлом году пожертвовали свое время на работу волонтером, но в последние годы это сделали более 76%. Если нарциссы менее готовы помогать людям, реже чувствуют их боль и больше сосредоточены на себе, а среди молодежи растет нарциссизм, то этот вывод кажется парадоксальным. «Мое поколение делает столько же позитивных вещей, сколько бумеры в молодости, если не больше», — написал JG на доске комментариев *New York Times*. «Возможно, наши усилия менее заметны, но мы не менее эффективны. Все наше поколение сострадательно, занимается волонтерством, занимается переработкой мусора и заботится о благополучии других. Нарциссическое, ха!» Джон был еще более оптимистичен: «Ни одно поколение в истории не дало больше помощи нуждающимся, часто людям в далеких странах, людям, которых они, возможно, никогда не встретят, чем мы. Ни одно поколение». Эрик, 25 лет, соглашается: «Мое поколение сделало больше для помощи нуждающимся людям, чем любое из предыдущих».

Хотя мы сомневаемся, что сегодняшнее молодое поколение помогло большему количеству людей, чем, скажем, поколение Второй мировой войны, освободившее большую часть мира, волонтерская деятельность, похоже, действительно растет среди молодежи. Этот рост вызван многими факторами, некоторые из которых демонстрируют растущую совместимость волонтерства и роста нарциссизма.

Во-первых, многие средние школы сделали общественные работы обязательным требованием для выпускников. На самом деле это «принудительное волонтерство». Больше средних школ стало нуждаться в услугах в 1990-х годах, как раз тогда, когда старшеклассники начали сообщать о том, что они стали больше заниматься волонтерской деятельностью. «Мне пришлось посвятить 100 часов волонтерству, чтобы окончить среднюю школу. Если бы это не требовалось, я бы ничего из этого не делал. Я знаю, это грустно», — написал 25-летний Скотт в нашем онлайн-опросе. Таким образом, рост волонтерства во многом обусловлен не альтруистическими чувствами, а правилами, установленными другими.

Поскольку ситуация с поступлением в колледжи становится более конкурентной, многие старшеклассники также занимаются волонтерством, потому что это хорошо смотрится в их заявлениях. Когда Джин разговаривала со студентами небольшого колледжа в Джорджии, один из первокурсников сказал: «Наш школьный консультант прямо сказал нам стать волонтерами,

если мы хотим поступить в хороший колледж». Она призналась, что в противном случае, вероятно, не сделала бы этого. «За свою короткую жизнь я проделала много волонтерской работы», — написала 19-летняя Бриттани из Канады. «Я делаю это, потому что искренне верю в это дело. Кроме того, это, честно говоря, хорошо смотрится в резюме или заявлении в колледж».

Сайт поиска работы monster.com советует: «Станьте волонтером ради своей карьеры. Если когда-либо и существовала выигрышная стратегия развития карьеры для студентов колледжей, то это волонтерство. Даже если у вас есть всего несколько свободных часов в месяц, вы можете существенно изменить ситуацию. И, *что самое приятное*, вы одновременно сможете продвинуться по карьерной лестнице» (курсив наш). В листовке Колледжа Колорадо, рекламирующей «Субботу служения», задавался вопрос: «Зачем мне стремиться руководить служением?» и отвечалось пятью пунктами о развитии навыков и опыта, полезных для карьеры. Не было никакого упоминания о людях, которые нуждаются в помощи, или о ценности помощи им. И это имеет смысл, учитывая нарциссическую культуру: если вы хотите набирать добровольцев, сосредоточьтесь на том, что это для них даст.

Хотя волонтерство часто требуется для окончания учебы и хорошо смотрится при поступлении в колледж, сдача денег на благотворительность ни в том, ни в другом случае не помогает — и, что неудивительно, в последние годы объем благотворительных пожертвований сократился. В 70-х годах 46% старшеклассников внесли свой вклад в одну или несколько благотворительных организаций, но к 2006 году это сделали только 33%. Таким образом, не все виды помощи увеличиваются: только самые заметные и те, которые хорошо смотрятся в резюме.

Но если вы хотите жертвовать на благотворительность и одновременно привлечь внимание к себе, раздевшись, это сработает. В июле 2008 года Virgin Mobile запустила благотворительную кампанию под названием «Strip2Clothe», которая поощряла молодых людей снимать онлайн-видео, где они раздеваются под музыку. Затем Virgin Mobile жертвовала одежду бездомной молодежи — по одной за каждый снятый предмет одежды и по одной за каждые пять просмотров видео. Это было идеальное сочетание нарциссизма и благотворительности, тем более что единственное, что требовалось, — это снять одежду и привлечь к себе внимание. Однако не все считали уместным раздеваться ради благотворительности, поэтому несколько недель спустя компания дала программе новый убогий ярлык «Blank2Clothe», объявив, что альтруисты теперь могут снимать себя, делая все, что хотят, а не только раздеваясь.

Натали, 26 лет, преподает в средней школе в Пенсильвании и ответила на наш онлайн-опрос. Когда коллега-учительница потребовала от своих учеников двухчасовых общественных работ, а затем написала об этом, «Дети взбунтовались. Требование, которое отнимает у них время от других занятий, особенно от работы, где они работают, чтобы заработать деньги на покупку вещей, которые они хотят? Никогда! Родители позвонили директору и

пожаловались, что этот проект возмутителен и несправедлив». Однако, когда подростки отслужили службу, им это понравилось. «Но я почти уверена, что большинство студентов не стали бы заниматься волонтерством, если бы им не нужно было делать это для учебы в колледже», — написала Натали. «Я не хочу сказать, что нет детей, которых это волнует. Я просто чувствую, что очень немногие готовы внести свой вклад в пользу сообщества, если это не нужно им самим».

Одной из первоначальных причин, побудивших требовать общественные работы после окончания средней школы, была идея о том, что учащимся это понравится и они захотят заниматься этим больше. Возможно, в некоторых случаях это и сработало. В период с 2001 по 2005 год процент студентов колледжей, занимавшихся той или иной волонтерской работой, увеличился с 27,1 до 30,2%. Хотя это и позитивное событие, оно еще не «предполагает возможное появление нового гражданского поколения», как заявила группа, проводившая опрос.

После окончания учебы многие молодые люди работают в таких организациях, как Teach for America или AmeriCorps, а другие пошли в армию, чтобы служить своей стране. Большинство американцев, убитых в Ираке и Афганистане, принадлежали к тому же поколению, которое имеет рекордно высокий уровень нарциссизма. Точно так же, как бэби-бумеры присоединились к Корпусу мира, величайшее поколение храбро сражалось во Второй мировой войне, а поколение Икс сражалось в войне в Персидском заливе, часть каждого поколения посвящает себя служению. Даже несмотря на то, что эпидемия нарциссизма свирепствует, наше общество получает огромную выгоду от исключительных молодых людей, которые служат своей стране и другим.

В то же время от остальных из нас требовалось сделать очень мало. Во время Великой Отечественной войны горожане разбивали Сады Победы и собирали металлолом для изготовления военной техники. Но если вы не были близки к кому-то, служившему в Ираке, война в Ираке мало повлияла на повседневную жизнь американцев. После 11 сентября 2001 года в стране впервые за десятилетия царил дух объединения, и рекордное количество людей сдали кровь. Но президент не призывал к каким-либо коллективным действиям со стороны американского народа, кроме призыва пойти за покупками, чтобы сохранить экономику.

Обслуживание и осведомленность явно растут в одной области: все больше и больше людей знают, что им нужно внести свой вклад, чтобы помочь окружающей среде. Осведомленность об изменении климата и выбросах углекислого газа выше, чем когда-либо: «зеленые» компании, автомобили, акции и устройства наконец-то стали крутыми. Когда Джин опросила своих студентов о хороших качествах их поколения, осведомленность об экологических проблемах была третьей по популярности (двое лучших были более образованными и технически подкованными). Многие также отметили

большой интерес своего поколения к глобальным проблемам. Постепенно американцы учатся думать не только о себе.

РАЗНИЦА ЕСТЬ

Так почему же люди занимаются волонтерством и общественными работами? Раньше люди, которые вызывались волонтерами, приводили такие аргументы, как «Это то, что я должен был делать» или «Людям действительно нужна помощь». Сегодня таких меньше. Опрос Pew, проведенный в 2006 году среди молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет, показал, что только 31% заявили, что «помощь людям, которые нуждаются в помощи», является важной целью их поколения, уступая лишь третье место после «разбогатеть» (81%) или «стать знаменитым» (51%). Вместо этого многие молодые люди объясняют свою мотивацию к служению словами: «Я хочу изменить ситуацию». Благотворительная инициатива CNN называется «Влияй на свой мир». Национальный день помощи другим, проводимый журналом *USA Weekend*, назывался «День перемен». Конечно, любая мотивация помогать другим – это хорошо, но это интересное изменение отношения, смещающее фокус с общества и нуждающихся на выгоду для себя, особенно если выгода предполагает большое личное влияние, важную роль или похвалу.

Эйнсли проделала обширную волонтерскую работу в Африке. Хотя Эйнсли говорила о помощи в интервью в специальном выпуске Lifetime TV, ее язык странно индивидуалистичен для такого коллективистского дела. «Я как личность чувствую, что должна выйти в мир и сама изменить ситуацию», — сказала она. Мы надеемся, что она это сделает, но мы также обеспокоены тем, что менее видимые причины и те, которые не имеют немедленного и ощутимого эффекта, могут привлечь меньший интерес.

Аналогичная картина наблюдается в филантропии и благотворительных пожертвованиях. Жертвовать стало круто, и, хотя это имеет положительный эффект в виде увеличения пожертвований, у него есть и обратная сторона: размывание истинной цели. Как отмечает Роберт Франк в «Ричистане», деловая пресса теперь освещает филантропию «как конкурентную отрасль». Новые богачи, как обнаружил Фрэнк, хотят «отдать свои деньги сейчас, пока они могут наслаждаться похвалой и контролировать процесс...» Сегодняшние богатые хотят не просто преуспевать, делая добро: они хотят быть лучшими в добрых делах». Хотя эти мультимиллионеры действительно помогают другим, их мотивы отдают нарциссизмом: центральное место занимают победа, конкуренция, похвала, внимание и личное влияние. Если это увеличит пожертвования, тем лучше. Опять же, организации развиваются, чтобы делать то, что им нужно, чтобы выжить и процветать в нарциссической культуре.

Все больше и больше компаний включают социальную ответственность в свои бизнес-планы, будь то возобновляемые источники энергии или сочетание покупки продукта с подарком. Например, компания Harry Baby Food жертвует деньги на питание недоедающих детей в Малави. Теперь и компания, которая продает продукт, и человек, покупающий его, могут

почувствовать, что они приносят пользу. Частично речь идет о помощи, но частично о том, чтобы оказать большее влияние на мир, чем просто покупка или продажа детского питания. Это нарциссизм? Нет, потому что это помогает другим. Но это и не чистое сострадание.

Споры о том, существует ли истинный альтруизм, так же стары, как сама философия. Иммануил Кант утверждал, что люди помогают другим по своим эгоистичным причинам, например, чтобы чувствовать себя хорошо или получить похвалу. Мы считаем, что увеличение помощи другим – это хорошо, независимо от причины. Организации, которые научились получать поддержку и волонтеров от использования нарциссизма, в конечном итоге помогли большинству людей, потому что они остались или стали популярными. Фонд Лэнса Армстронга является хорошим примером. Апеллируя к желанию выглядеть хорошим человеком, нося желтый браслет, они собрали 180 миллионов долларов на борьбу с раком.

Для нарциссов помощь людям и благотворительность обычно не занимают первые места способов привлечения внимания (это реалити-шоу, Интернет, бары и некоторые должности). Но поскольку все больше американцев пытаются поддерживать завышенное самоощущение, не каждый может привлечь внимание, которое ему хотелось бы, идя на работу или размещая видео на YouTube. В мире так много проблем, и все больше и больше людей осознают, что лучший способ привлечь внимание — это помогать другим. Парень, который разместил свой номер телефона на веб-странице, чтобы его могли выслушать другие, попал на шоу *Today*. *BusinessWeek* публикует список 50 лучших дарителей. Люди, которые ходят на благотворительные балы, публикуют свои фотографии в газетах. Журнал *People*, который в основном посвящен жизни знаменитостей, регулярно публикует тематические статьи о людях, которые помогают другим. Это хорошо, потому что нам нужно уделять больше внимания добрым делам, которые сдерживают эпидемию нарциссизма. Если самый простой способ привлечь внимание — это помочь кому-то другому, возможно, нарциссические люди пойдут этим путем — и, возможно, в процессе станут менее нарциссическими.

Хотя это ненормальный путь для нарцисса, путь похвалы и внимания за помощь — один из немногих возможных плюсов эпидемии нарциссизма. Это также одно из решений: если больше людей будут участвовать в помощи другим, это станет полезной проверкой реальности на поверхностность нарциссизма. Карин, интервью которой дано в книге Полли Янг-Эйзендрат «Ловушка самооценки», была воспитана родителями-миссионерами. Ее встречи со СПИДом и смертью в Африке были, по ее словам, «идеальным противоядием от всей чуши школьной мелочности, одежды, заявлений в колледж, вечеринок, выпивки, секса и сплетен. Иметь что-то глубокое и духовное — без проповедей и догм — было идеальным выходом. Все остальное было глупо. Это было НАСТОЯЩЕЕ».

ГЛАВА 16

Прогноз. Как далеко и как долго будет распространяться нарциссизм?

Когда в 1946 году родились первые бэби-бумеры, «Макдональдс» представлял собой киоск для барбекю, а работники ресторана устанавливали поднос с едой на окно вашей машины. К 1953 году он стал франшизой, и вскоре к нему присоединились другие рестораны быстрого питания. Всего два поколения спустя почти в каждом городе Соединенных Штатов есть хотя бы один ресторан быстрого питания, а такие сети, как KFC, McDonald's и Wendy's, распространились за границу, в такие страны, как Саудовская Аравия и Китай. В Индии, где индуизм считает коров священными, гамбургеры в Макдональдсе готовят из баранины, а не из говядины.

Распространять нарциссизм гораздо легче, чем рестораны быстрого питания. Нет никаких зданий, которые нужно строить, нет еды, которую нужно готовить, и нет рабочих, которых нужно нанимать. Как наиболее поверхностная часть американской культуры, нарциссические ценности удобно распространяются по всему миру в поп-музыке, фильмах, телевидении и, все чаще, в Интернете. Эти средства массовой информации плавно восхваляют нарциссический этос, показывая его блестящую поверхность процветания и самовосхваления без побочных эффектов отчуждения и социального распада. Когда молодые люди в Азии и других странах видят крутых американских героев, никому не обязанных, им может быть труднее принять жесткие коллективистские правила своих более традиционных обществ.

Нарциссизм – это фаст-фуд для души. В краткосрочной перспективе он имеет прекрасный вкус, в долгосрочной перспективе имеет негативные, даже ужасные последствия, но, тем не менее, продолжает пользоваться широкой популярностью. Итак, распространится ли нарциссизм в американском стиле по всему миру, как Макдональдс, который сейчас находится на площади Тяньаньмэнь в Китае? Другими словами, станет ли эпидемия нарциссизма глобальной пандемией? И будет ли эпидемия нарциссизма продолжать расти в Соединенных Штатах, возможно, даже экспоненциально?

Модель болезни нарциссизма дает представление о том, как нарциссизм может расти и распространяться. Чтобы болезни стали эпидемическими, необходимы определенные условия: носитель (человек или группа людей, страдающих заболеванием), средство передачи (способ передачи болезни от одного человека к другому) и новый хозяин (человек или группа людей, которые подхватывает болезнь). Мы уже знаем, что и отдельные американцы, и наша общая культура со временем становятся все более нарциссическими. Итак, носитель на месте. А у нарциссизма есть средства передачи через СМИ и Интернет. Нарциссическое поведение, привлекающее внимание к одному человеку, может с помощью магии Интернета мгновенно распространиться

по всему миру. Другие культуры все чаще заражаются нарциссизмом, становясь хозяевами быстро распространяющегося вируса эгоизма, материализма, поклонения знаменитостям, привилегий и эгоцентризма. Как могут сказать эпидемиологи, вирус, который распространяется от многих людей и во многих точках, может быстро поразить все население.

ГЛОБАЛЬНОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭПИДЕМИИ НАРЦИССИЗМА

Распространение западных идей в ранее закрытые общества является относительно новым явлением. Кит вспоминает свою первую поездку в Китай в 1980 году, когда он был подростком. Большинство людей, которых он встречал, были одеты в одинаковую серую одежду, и лишь немногие видели раньше жителей Запада. Однажды, ехав в автобусе, Кит (чрезвычайно модный даже в молодые годы) включил кассету с песней В-52 «Rock Lobster» через небольшие динамики. Вскоре большая толпа окружила автобус, чтобы послушать, очарованная технологиями и звучанием рок-музыки, которую они никогда раньше не слышали. В конце концов представитель Коммунистической партии разогнал толпу и велел Киту выключить музыку. Для китайцев больше не будет «Рок лобстера» — по крайней мере, еще на десять лет или около того.

Американские идеи также проникли и заразили Советский Союз, когда он был закрытой системой. Некоторые писатели утверждают, что американское телешоу «Даллас» помогло свергнуть коммунизм в Восточной Европе. «Женщины жаждали дамской одежды Юинга и огромных кухонь, а мужчины были в восторге от возможности попасть из грязи в князи», — писал Мэтт Уэлч в «Разуме». В Румынии, «стране, где очередь на дрянные автомобили Дасиа растягивалась на целых 10 лет, если не знать подходящего человека, которому можно дать взятку», пишет Уэлш, шоу *Даллас* показало, какой должна быть жизнь.

Хотя такие страны, как Китай, все еще в некоторой степени ограничивают поток информации, большинство уголков мира подверглись воздействию американских идей, включая знаменитостей, свободу личности и материализм. Заразятся ли эти общества нарциссизмом, зависит от естественных антител, обеспечиваемых их культурой. Индия и Китай, например, могут иметь в некоторой степени естественное сопротивление нарциссизму, учитывая их коллективистские культурные ценности, которые подчеркивают групповую сплоченность, следование правилам и тесные семейные структуры. Тем не менее, даже они демонстрируют некоторые симптомы тревожных изменений.

В Китае существует сильное чувство конфуцианского коллективизма, насчитывающее более двух тысяч лет. Эта конфуцианская система удивительно эффективна и устойчива, и в Китае она смешана с коммунистическими ценностями, такими как групповая сплоченность и единство. Система определяет отношения и поведение между людьми, которые поощряют ответственность, трудолюбие и гармонию, что является противоядием от нарциссической культуры. И все же нарциссизм закрепился в стране Конфуция.

Молодые китайцы, родившиеся после Культурной революции, заслужили ярлык «Поколение Я». В недавней статье *Time* была описана эта группа, шокирующая старших тем, что больше интересуется спа-процедурами, чем политикой. Они ценят материальные блага, хотят жить вдали от дома и любят веселиться с друзьями в клубах до рассвета. За ужином в хороших ресторанах морской кухни они обсуждают, на каких островах лучший дайвинг, свои навыки катания на сноуборде и какой iPod лучше. Один молодой человек описывает, как получил по почте шесть предложений по кредитным картам. «У каждого из них кредитный лимит составляет 10 000, так что внезапно я стал на 60 000 юаней богаче!» — говорит он со смехом. На фотографиях, сопровождающих статью, изображена актриса Лю Юнь в узких шортах и рубашке с обнаженным животом, а также Барни, автор модного журнала, который позирует в джакузи в своем любимом спа-центре. Вики Янг недавно потратила 700 долларов на снаряжение для сноуборда. «Я забочусь о своих правах, когда дело касается качества работы официантки в ресторане или продукта, который я покупаю», — говорит она. «Что касается демократии и всего такого, ну... это не играет роли в моей жизни». Бойфренд Вики, Ван Нин, придерживается аналогичной точки зрения. «Мы более эгоцентричны. Мы живём для себя, и это хорошо», — говорит он. «Нам нужны силы, чтобы внести свой вклад в экономику.... Вот как наше поколение поможет стране». Хун Хуан, издатель журнала, говорит об этом так: «В их списке желаний Nintendo Wii намного опережает демократию». Хотя китайцы в целом, вероятно, еще не достигли американского уровня нарциссизма, они, похоже, уже идут по этому пути.

Быстрые культурные изменения в Китае привели к некоторым интересным смещениям китайской традиции с американским индивидуализмом и стремлением к славе. Как сообщает *China Daily*, «Guoxue Spice Girl» — интернет-знаменитость в Китае, которая говорит, что произошла от древних ученых, но поет хип-хоп музыку, звучащую по-американски, и вызываясь позирует перед конфуцианскими статуями. «Я лучше всех умею привлекать мужчин. Я могла бы соблазнить даже Конфуция», — говорит она. Хотя такое нарциссическое поведение популярно, оно вызвало прямую культурную критику. Лю Цзюньянь, главный редактор журнала *China Youth Study*, предупреждает: «Любить себя хорошо, пока это в пределах разумного. Нездоровая демонстрация частного мнения или собственного тела не является цивилизованным социальным поведением». Тем не менее, нарциссизм продолжает распространяться в Китай через Интернет. После того, как «Guoxue Spice Girl» стала популярной, вскоре за ней последовали начинающие сетевые знаменитости, такие как «February Girl», «Nasty Swallow», «Tianxian Sister» и «Meganate Brother». Как выразился писатель *China Daily* Ли Цянь: «Несмотря на различия во многих аспектах, у [подражателей] есть общая черта — нарциссизм».

Независимо от этих вспышек поиска внимания, азиаты как группа по-прежнему имеют относительно низкие показатели нарциссизма. В Соединенных Штатах американцы азиатского происхождения имеют

более низкие показатели нарциссизма, чем представители любой другой этнической группы. Но есть признаки того, что «нарциссический разрыв» между Западом и Востоком может сократиться. Круглый стол экспертов *BusinessWeek* из *Китая и Индии* в 2005 году отметил, что молодые люди в этих странах становятся все более материалистичными, независимыми, уверенными в себе и эгоцентричными. Один из них заметил, что китайская политика одного ребенка имела непредвиденные последствия в виде воспитания общества избалованной и высокомерной молодежи. Другими словами, социальная политика, призванная свести к минимуму проблемы перенаселения, непреднамеренно усилила нарциссизм. Китайцы говорят, что теперь каждый ребенок является бенефициаром шести человек — четырех бабушек и дедушек и двух родителей. Все шестеро сосредоточены на том, чтобы сделать ребенка максимально успешным. Во многих случаях это порождало «синдром маленького императора», при котором дети, которым уделяется слишком много внимания и материальных благ, становятся испорченными, эгоцентричными и даже толстыми.

Скандинавские страны Северной Европы имеют другой тип иммунитета к нарциссизму. Традиционно очень независимые, скандинавы также очень ценят свою связь со своими сообществами, но яростно противостоят любому отдельному гражданину, который достигает власти над ними. Скандинавское отношение похоже на негативный ярлык австралийцев «высокий мак» — тот, кто стоит слишком высоко над другими и его нужно срубить. Это очень чуждая идея американцам, которых с рождения учат, что выделяться и быть лучше других — это хорошо. Благодаря своей эгалитарной философии такие страны, как Швеция и Дания, способствуют высокому уровню индивидуальной инициативы и успеха, а также очень широкой системе социальной защиты. Система не позволяет нескольким людям накопить слишком много власти, денег или влияния и обеспечивает каждому базовые услуги, такие как здравоохранение.

Этот тип социальной структуры является буфером против нарциссизма, поскольку не позволяет людям слишком увлекаться собственной значимостью. Тем не менее, эпидемия нарциссизма сумела проникнуть в Скандинавию благодаря силе Интернета. Молодой финский человек, взявший в Интернете псевдоним «Naturalselector89», разместил на YouTube несколько видеороликов, в которых он разглагольствует о том, насколько глупы люди, и выражает свое восхищение стрелками Колумбайн и Технологического института Вирджинии и славой, которую они достигли. Этот молодой человек из приятной общинной культуры Финляндии был заражен идеей убийства как способа прославиться. В ноябре 2007 года Naturalselector89 убил восемь человек и себя в результате массовой стрельбы в своей школе в Туусуле, Финляндия.

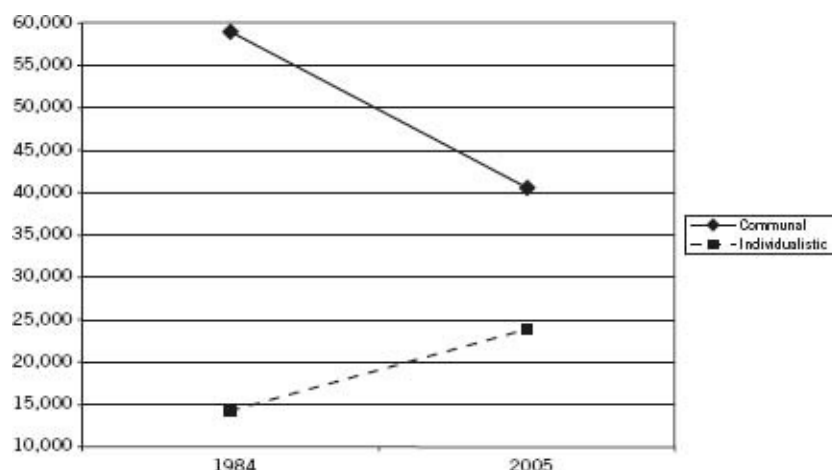
Как и многие люди, ищущие дурной славы, Naturalselector89 оставил после себя манифест, который никогда не был хорошим знаком. Написание манифеста редко хорошо кончается—спросите, например, Унабомбера. Naturalselector89 явно считал себя особенным. «Сегодня процесс естествен-

ного отбора совершенно ошибочен. Он изменился. Отсталые и глупые, слабоумные люди размножаются больше и быстрее, чем умные, сильные духом люди», — писал он. «Homo Sapiens, ХА! Для меня это больше похоже на Homo Idioticus! Когда я смотрю на людей, которых вижу каждый день в обществе, школе и повсюду... Я не могу сказать, что принадлежу к той же расе, что и паршивая, несчастная, высокомерная, эгоистичная человеческая раса! Нет! Я продвинулся на ступеньку выше!» Naturalselector89 также породил подражателя, 22-летнего финна, который разместил на YouTube видеоролики о том, как он стреляет из пистолета, а затем убил девять человек в профессионально-техническом училище в сентябре 2008 года. Эти эпизоды показывают прямое распространение деструктивного, нарциссического поведения в Соединенных Штатах — в данном случае масс-шутингов — через Интернет.

Смена приоритетов скандинавской культуры выходит далеко за рамки нескольких школьных расстрелов. В одном недавнем исследовании изучался язык, появляющийся в главной национальной газете Норвегии. В период с 1984 по 2005 годы общинные слова, такие как «общий/ разделяемый», «долг/ обязательство» и «равенство», использовались гораздо реже, в то время как индивидуалистические слова, такие как «я/мне», «свобода выбора», и «право/права» использовались чаще. Таким образом, язык нарциссизма распространяется даже на общества, которые когда-то подчеркивали важность группы. Как объясняют авторы исследования, такое использование языка является явным признаком сдвига культуры в сторону более крайнего индивидуализма.

Некоторые культуры также имеют сильные общие религиозные идентичности, которые могут служить буфером против эпидемии нарциссизма, исходящей из Соединенных Штатов. Одним из таких религиозных буферов является буддизм, который обеспечивает прочные ценности в странах и культурных регионах Юго-Восточной Азии и Гималаев. Кажется, это работает. В то время как нарциссы в Соединенных Штатах отдают предпочтение «партнерам-трофеям», которые помогают им хорошо выглядеть, по сравнению с заботливыми партнерами, нарциссам в Таиланде, например, понравилась идея партнеров-трофеев, но в целом они все равно предпочитают заботливых партнеров. Таким образом, коллективистская, в основном буддийская культура Таиланда имеет некоторую способность смягчать последствия нарциссизма. Конечно, время покажет, устоит ли этот буфер.

Коммунальные и индивидуалистические ценности в норвежских газетах, 1984–2005 гг.



Источник: Нафстад Х.Э., Блакар Р.М., Карлквист Э., Фелпс Дж.М. и Рэнд-Хендриксен К. (2007). Идеология и власть: влияние современного не-олиберализма в обществе. Журнал общественной и прикладной социальной психологии, 17, 313–327.

Другой пример: Бутан предпринял согласованные усилия по сдерживанию некоторых наиболее материалистических аспектов американской культуры. Правительство Бутана строго ограничило количество туристов, допускаемых в страну, и установило экономическую политику, защищающую культуру буддийского королевства. Результатом стало медленное экономическое развитие в Бутане, но при этом гораздо меньшие культурные потрясения и деградация окружающей среды, чем в соседних странах, таких как Непал. Однако даже Бутан меняется с недавним переходом от монархии к демократии. За его будущим будет интересно наблюдать.

Наконец, наиболее яркую и религиозно обоснованную оппозицию эпидемии нарциссизма можно найти на Ближнем Востоке. Во многих странах Ближнего Востока ислам является государственной религией и приняты ограничительные практики, такие как законы шариата и концепция послушания перед Богом (во многих переводах *ислам* означает «послушание»). Продолжающийся конфликт в мусульманском мире между консервативными религиозными убеждениями и силами модернизации вызван эпидемией нарциссизма, поскольку призма средств массовой информации заставляет западную культуру выглядеть хуже, чем она есть на самом деле.

Таким образом, эпидемия нарциссизма дает консервативному исламу достаточные возможности противостоять модернизации. Америку считают экспортером эгоцентризма, материализма, сексуальности и тщеславия, а ее ценности и практики уже распространяются на Ближний Восток (хотя, учитывая нефтяные деньги, в некоторых кругах материализм уже был довольно распространен). Например, в Иране растет популярность ринопластики (пластики носа). По данным ABC News, Иран известен как «мировая столица пластических операций на носу». А поскольку иранские

муллы не позволяют женщинам обнажать кожу, кроме лица, лицо стало главным центром усилий. Некоторые женщины даже носят повязки на носу, чтобы другие подумали, что им сделали пластику носа. MTV Arabia в настоящее время вещает с базы в Дубае. Судя по всему, предпринимаются попытки смягчить типичный американский тариф с помощью таких правил, как «крупный план бикини разрешен в течение 1 секунды, но не 2; или 3 сек. в движущемся кадре, но не 4». Кажется, можно с уверенностью предположить, что для многих в арабском мире MTV Arabia станет источником беспокойства.

Как и во многих культурах, в арабском мире есть своя доля нарциссических лидеров и знаменитостей. Саддам Хусейн наклеивал свое лицо на каждый рекламный щит, который мог найти, имел более 100 домов и убивал тех, кто бросал ему вызов. Можно утверждать, что исламские террористы невероятно самовлюбленные и готовы убивать невинных людей ради продвижения своего мировоззрения. Между силами поверхностного западного материализма и крайней религиозной праведности большая часть мусульманского мира уже заражена нарциссизмом.

КАК ЭПИДЕМИЯ НАРЦИССИЗМА ФОРМИРУЕТ ВЗГЛЯД НА США ВО ВСЕМ МИРЕ

Благодаря глобальному освещению в СМИ и Интернету, когда граждане мира видят Америку, они видят нарциссизм. Это явно не все, что есть у Америки, но откуда об этом узнает остальной мир?

Рассмотрим этот пример. Когда Кит рассказывает студентам о «когнитивных схемах» (причудливый термин для структур знаний), он просит их перечислить все, что приходит на ум, когда они думают о Шотландии. Список обычно выглядит примерно так: килты, волынки, виски, *Храброе сердце*, Лохнесское чудовище и лепреконы. Хотя эти студенты в основном имеют шотландско-ирландское происхождение, этот список искажен общепринятым мнением. Лохнесского чудовища, вероятно, не существует, лепреконов не существует, и они ирландцы, а не шотландцы, а «*Храброе сердце*» — американский фильм, снятый австралийцем. Студенты никогда не называют великих шотландских мыслителей, таких как Адам Смит и Дэвид Юм, не говорят о роли Шотландии в европейской политике, о шотландском искусстве (хотя слово «*picture*» — *картина* — происходит от пиктов, раннего шотландского народа) или о недавнем экономическом буме в Шотландии. Студенты знают карикатуру на Шотландию, созданную на основе изображений, представленных в средствах массовой информации.

Даже в Соединенных Штатах то, что мы знаем о регионе, часто искажается телевидением. Семья Джин, родом из Миннесоты, переехала в Даллас в начале 1980-х годов. Их друзья со Среднего Запада были удивлены тем, что не все в Далласе носят ковбойские шляпы, тратят деньги направо и налево и живут на ранчо — в конце концов, это то, что все делали в *Далласе*!

А теперь представьте, что остальной мир видит в Америке. Они не видят наших исторических великих лидеров, политической философии или достижений в области искусства и науки. Вместо этого они смотрят

блокбастеры (особенно боевики), наши телешоу (брат Жана однажды смотрел «Фулл Хаус» с дубляжом на шведском языке и субтитрами на датском), нашу поп-музыку и Пэрис Хилтон. Лицо, которое мы представляем миру, во многом состоит из сплетен и мусора. Кейт недавно выступал на радио-шоу в Австралии, рассказывая о распространении нарциссизма в Австралии. Говоря о роли нарциссизма в лидерстве, Кит упомянул о впадшем в немилость бывшем губернаторе Нью-Йорка Эллите Спитцере (который, как выяснилось, часто посещал дорогих девушек по вызову). Кит начал объяснять детали, предполагая, что новости о губернаторе штата США не дошли бы до Австралии. Но, конечно, так оно и было, и хозяин заверил его, что они знакомы с дорогостоящими пристрастиями Спитцера. Фантастично – нужно еще больше газет для Соединенных Штатов. Когда граждане других стран видят, как их дети тянутся к американским культурным идеям и как они отворачиваются от собственной культуры и истории, они, по понятным причинам, не очень-то счастливы. Подумайте об этом так: если бы вы видели только американские фильмы, телешоу и веб-сайты, понравились бы мы вам?

РАЗВИТИЕ ЭПИДЕМИИ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ

Люди часто спрашивают нас, будет ли продолжать расти нарциссизм в Соединенных Штатах. В первой половине 2008 года мы без особых колебаний говорили «да». Все стрелки были направлены вверх, а некоторые, казалось, даже ускорялись. Однако после того, как в конце года многие финансовые институты обанкротились, а в конце года страна погрязла в экономическом кризисе, мы несколько отступили от этого прогноза: возможно, система исправляется сама? Нарциссические фантазии упали на землю, когда обрушились рискованные ипотечные кредиты, и деньги перестали течь. Во время экономического спада первым, кого уволят, станет консультант по похвале. Следующими на очереди будут плаксивые, авторитетные люди и нарциссические неудачники. Поскольку кредитные линии под залог жилья иссякли, стало труднее финансировать хорошую машину или пластическую операцию. Меньше людей могут позволить себе дорогие потребительские товары. Лопнувший кредитный пузырь может высосать из системы кислород, необходимый нарциссизму для выживания. Хотя мы не думаем, что это остановит эпидемию нарциссизма, это может замедлить ее рост на несколько лет.

Тем не менее, даже в тяжелые экономические времена многие коренные причины нарциссизма остаются относительно нетронутыми. Ранее мы определили пять ключевых причин роста нарциссизма в американской культуре: ориентация на самолюбование, воспитание детей, ориентированное на детей, прославление знаменитостей в средствах массовой информации, поиск внимания, пропагандируемый в Интернете, и легкие кредиты. Первые четыре из них продолжают расти и могут продолжать расти даже в условиях испытывающей трудности экономики; сокращается только последний пункт – легкий кредит.

Самовосхищение

Как мы выяснили в главе 4, фокус на самолюбовании растет в течение долгого времени. За возможным исключением 1950-х годов, каждое десятилетие западной истории уделяло больше внимания потребностям личности, чем потребностям общества. Эта тенденция сохранялась на протяжении веков, начиная с эпохи Возрождения, и мы не думаем, что она достигла своего пика. Поскольку нарциссизм имеет преимущества в краткосрочной перспективе, требуется время, чтобы проявились недостатки, и в нашем быстро меняющемся обществе большинства людей уже нет рядом, когда учтивый, но нечестный нарцисс наконец получает возмездие. Единственной причиной, которая может смягчить акцент на самолюбовании, является зеленое движение, хотя еще неизвестно, будут ли люди существенно менять свою жизнь, чтобы стать зелеными. В настоящий момент основное внимание, кажется, уделяется вещам, которые люди могут делать без особых затрат для себя или даже с собственной экономией, например, покупая Prius и экономя много денег на бензине. Многие люди утверждают, что изменения в окружающей среде произойдут только тогда, когда они отвечают личным интересам людей, и этот вывод очень согласуется с эпидемией нарциссизма. Экономически трудные времена мало что сделают для изменения основной веры американцев в самолюбование; на самом деле, многим людям скажут, что им просто нужно *больше верить в себя*, чтобы добиться успеха в кризис. Учитывая распространенное убеждение, что нарциссизм помогает добиться успеха в конкурентном мире, нарциссизм можно рассматривать как необходимость.

Воспитание

Родители начали понимать, что они могут слишком много хвалить своих детей, отчасти благодаря превосходной статье в *нью-йоркском журнале* в 2007 году об исследованиях, показавших, что хвалить любовь ребенка к труду лучше, чем говорить ему, что он умный или самый лучший. Тем не менее, когда Джин участвует в радиопередачах, родителей и учителей шокирует, когда она говорит, что мы не должны говорить детям, что они особенные. Родители до сих пор часто говорят своим детям, что они уникальны и должны выделяться. Слово «дисциплина» становится все более ругательным, и снисходительные родители, кажется, населяют каждый продуктовый магазин, зоопарк и парк. По мере того, как мы вступаем в следующее десятилетие, все больше и больше людей, родившихся в 80-х, станут родителями, поколение, которое познало только нарциссический мир и считает само собой разумеющимся, что важно восхищаться собой.

Хотя можно было бы ожидать, что эгоцентричные родители будут пренебрегать или маргинализировать своих детей, многие вместо этого переносят свой нарциссизм на своих детей. Они считают, что можно тратить много денег на дизайнерскую одежду, если она предназначена для вашего ребенка. Это нормально — заикливаться на идеальном постельном белье, если это детская кровать. И это не просто нормально,

но и ожидаемо, что родители покупают «обучающие» игрушки и видео, чтобы заранее подготовить детей к жестокой конкуренции, с которой они неизбежно столкнутся. В целом, в ответ на эпидемию нарциссизма не наблюдается заметной реакции или изменения стилей воспитания, по крайней мере, пока. Во всяком случае, ситуация ухудшается, поскольку новое поколение родителей считает, что «селебрити-питомец Паупарацци» – «милый». Трансформация завершена, и более строгим родителям прошлого потребуется значительная противодействующая сила, чтобы вернуться. Этой противостоящей силой вряд ли будет экономика. Проблемы с деньгами могут означать, что родители станут покупать детям меньше вещей, но это вряд ли изменит глубоко укоренившуюся философию воспитания.

Знаменитости и СМИ

Одержимость Америки знаменитостями растет как на дрожжах. Новым поворотом является идея о том, что обычные люди должны вести себя как знаменитости, что было неслыханно всего три года назад (например, фальшивые компании-папарацци были основаны в 2007 году). Взрывной рост пластической хирургии, по-видимому, также связан с растущим признанием изображений знаменитостей. Интерес к образу жизни знаменитостей еще не достиг точки насыщения или приблизился к ней. Трудные экономические времена вряд ли ослабят интерес к знаменитостям. Периоды экономического спада часто совпадают с интересом к бегству от действительности. Во время пяти из последних семи спадов посещаемость кинофильмов увеличивалась. Во время Великой депрессии многие люди тратили те небольшие доходы, которые у них были, на походы в кино. 2008 год последовал этой же схеме: доходы от фильмов установили новые рекорды. Меньше людей смогут позволить себе фальшивых папарацци, но желание прославиться не пропадет.

Влияние средств массовой информации, такое как реалити-шоу, является еще одной областью роста. Телевидение хорошо известно тем, что его причуды приходят и уходят. Несмотря на всю свою популярность, *American Idol* не будет в эфире вечно. С другой стороны, реалити-шоу «Кусочек жизни» популярны среди молодежи, которая смотрит MTV, и за ними продолжают зачарованно следить. Эти шоу, как правило, демонстрируют наиболее явный нарциссизм, поскольку люди, которые в них играют главные роли, как показало исследование Пински и Янга, крайне нарциссичны. Шоу «Кусочек жизни», такие как *My Super Sweet 16*, также позволяют своим звездам вести себя так, как они хотят, и говорить все, что хотят (гораздо больше, чем такое шоу, как *American Idol*, которое в основном посвящено пению на сцене). Еще неизвестно, каким будет следующее большое влияние поп-культуры, но маловероятно, что оно будет связано с бедными, не привлекательными людьми, которые не заинтересованы в саморекламе.

Интернет

Интернет может стать гигантским мультипликатором нарциссизма. Конечно, люди могут использовать Интернет-инструменты как во благо, так и во

вред. Интернету все равно, сосредотачиваетесь ли вы на продвижении себя, творчестве или помощи миру; он облегчает все эти вещи. Однако мы подозреваем, что многие способы использования Интернета будут продолжать усиливать нарциссизм.

Для этого есть как минимум пять причин. Во-первых, Интернет позволяет усилить индивидуальный нарциссизм. Например, вы можете иметь собственную веб-страницу, блог, канал на YouTube и кинокомпанию. Как мы обсуждали в главе 7, нарциссические личности с большей вероятностью будут использовать их для улучшения и укрепления своей завышенной самооценки. Во-вторых, Интернет пропагандирует нарциссическое поведение. Особое внимание уделяется саморекламе и самопродвижению. Например, с помощью MySpace пользователь может потратить значительную часть своего дня на совершенствование своего публичного имиджа. В сети также существует конкуренция за то, чтобы ее заметили, и один из способов «выиграть» эту конкуренцию — это нарциссическая самореклама, в том числе демонстрация себя полураздетой, наличие «горячих» друзей, утверждение значительных знаний по теме (даже если у вас этого нет) или публикация изображения себя, совершающего грубые, отвратительные или странные действия (или все три). В-третьих, некоторые люди становятся зависимыми от использования Интернета. Многие люди говорят о «зависимости от MySpace» или используют термин «Crackberry», чтобы описать свой опыт проверки электронной почты на своих BlackBerries. Эта зависимость также может быть связана со славой или известностью. Люди могут увлечься аспектами Интернета, привлекающими внимание. В-четвертых, меняются стандарты «нормального» поведения. Отчасти благодаря Интернету «нормальное» поведение теперь включает публичное выражение личных мыслей и моментов; провокационная и саморекламирующая публичная одежда; и несколько грубые рассуждения (почитайте комментарии к видео на YouTube — они заставили бы моряков покраснеть). Таким образом, нормы социального поведения стали более нарциссическими. В-пятых, и, возможно, это самое главное, Интернет имеет огромный охват. В любой момент миллионы людей потенциально могут посмотреть на вас и увидеть ваше сообщение. Это распространяет нарциссизм так же эффективно, как блохи распространяют Черную смерть.

Исследования показывают, что рост нарциссизма на индивидуальном уровне ускорился с 2000 года, возможно, потому что все больше и больше молодых людей структурировали свою идентичность с помощью MySpace и Facebook. Поколение молодых людей, использовавших MySpace и YouTube на протяжении всей средней школы, только сейчас начинает поступать в колледж, и их нарциссические черты могут установить новый рекорд. Короче говоря, подпитываемый Интернетом нарциссизм никуда не денется. Даже в тяжелые экономические времена подключение к Интернету считается необходимостью. Большинство молодых людей и многие пожилые люди скорее будут есть лапшу рамэн каждый вечер или возвращаться к родителям, чем останутся без Интернета.

Легкий кредит

Кредит – это единственная сфера, которая сокращается, но только в некоторых областях. В 2008 году банки начали ужесточать стандарты кредитования по ипотечным кредитам, поскольку количество случаев потери права выкупа заложенного жилья возросло. Если ваша кредитная история не самая лучшая, получить ипотеку теперь труднее, чем раньше. Но банки по-прежнему предлагают многие ипотечные продукты, недоступные 20 лет назад, такие как кредиты только под проценты и 40-летние кредиты. Люди, желающие максимально использовать свой кредит для покупки большого дома, все равно могут это сделать. Это было даже временно облегчено в 2008 году, когда лимит «соответствующего» кредита был повышен на многих рынках до 729 750 долларов США, что облегчило получение крупного кредита по более низкой процентной ставке.

С падением стоимости жилья кран кредита, ранее предоставляемый кредитными линиями под залог собственного капитала (HELOC), иссяк, по крайней мере, для людей, которые купили свои дома в последние несколько лет. Это должно ограничить некоторые нарциссические расходы, поскольку многие люди использовали эти кредиты для статусных покупок, таких как новые автомобили. Очевидно, некоторые люди использовали HELOC, чтобы получить другой статус — увеличить грудь. Как советует веб-сайт Breastenhancementfacts.com: «Наиболее разумный вариант финансирования, если он вам доступен, — это попытаться получить HELOC, [поскольку у них] самые низкие процентные ставки и они могут не облагаться подоходным налогом. Кредиторы более гибки в отношении целей HELOC, то есть их можно использовать для целей, отличных от благоустройства дома». Общество, которое поощряет необлагаемые налогом кредиты на увеличение груди, явно имеет проблемы. Но поскольку HELOC менее доступны, уровень пластической хирургии может начать снижаться.

Но, возможно, и нет, если бы люди оплачивали свои пластические операции кредитной картой, как это сделал почтовый работник из главы 9. По-прежнему чрезвычайно легко накопить задолженность по кредитной карте. Как задокументировал Джеймс Скарлок в книге *«Maxed Out»*, Конгресс не проявляет никаких признаков реформирования кредитного бизнеса. Банки будут продолжать выдавать кредитные карты, зная, что высокие процентные ставки сделают их богатыми, даже если некоторые люди объявят дефолт. Правительство США продолжает подавать пример своим гражданам, и государственный долг растет с каждым днем. Кредитная проблема не исчезнет, новое поколение американцев чувствует себя более комфортно с кредитом, чем когда-либо. У многих была кредитная карта, когда они еще учились в старшей школе, благодаря их родителям, которые также пользовались кредитами. Не так давно у родителей двадцатилетних детей было гораздо более двойственное отношение к кредитам. Родители Джин, например, не получали кредитную карту до 1990 года. Но подрастающее поколение, родившееся в 80-х, было воспитано родителями, которые оплачивали свои подгузники с помощью MasterCard. Как и их родители, они

будут продолжать использовать кредиты, чтобы выглядеть лучше, чем есть на самом деле. Это справедливо и в трудные экономические времена. Как мы отмечали в главе 10, люди из бедных районов на самом деле с большей вероятностью будут тратить деньги на демонстративное потребление, чем люди из богатых районов. Если нация в целом станет менее экономически процветающей, американцы могут еще больше заинтересоваться доказательством своего статуса посредством потребления. Если бы люди были полностью логичны, они бы перестали тратить деньги на шик и вместо этого откладывали бы их на будущее. Но если кредитные карты не исчезнут полностью, все равно можно будет выглядеть высокостатусно сейчас, а платить позже.

ОДЕРЖИМОСТЬ САМОРЕКЛАМОЙ

Другие факторы также постоянно подталкивают нарциссизм вверх. Самореклама и индивидуальность считаются необходимыми условиями для поступления в правильную школу или приема на работу к правильному работодателю. Этот тип вопиющей саморекламы на самом деле сложен для многих людей, и общепринятой практикой является попросить коллегу прочитать ваше резюме и немного «подправить его», сделав его более саморекламным. Есть книги (например, «Брэз!»), в которых рассказывается, как продвигать себя в нужном объеме. Этот тип саморекламы может стать еще более приемлемым, если вырастет безработица и все больше людей будет бороться за получение работы.

Ирония в том, что вся эта самореклама не очень хорошо работает на уровне общества. Точно такое же количество студентов попадает в элитные университеты, такое же количество людей получает хорошую работу и такое же количество преподавателей получает постоянную должность. Любая самореклама приводит к абсолютно нулевому увеличению общего успеха. Единственная разница в том, что, когда каждый занимается саморекламой, стандарты повышаются для всех. Тем не менее, пока самореклама рассматривается как преимущество, люди будут продолжать саморекламу и продолжать поощрять своих детей к саморекламе. И кто станет их винить?

В частности, у нарциссического молодого человека мало причин меняться, поскольку многие негативные последствия нарциссизма проявляются лишь позже. Болезни, которые слишком быстро убивают своих хозяев, обычно не распространяются очень далеко. Например, Эбола и другие геморрагические лихорадки редко передаются многим людям: у вас начинают кровоточить глаза, и люди убегают от вас. Но, как и нарциссизм, многие болезни поражают хозяина только после распространения вируса. СПИД, например, распространился так далеко, потому что он убивает так медленно и почти не имеет внешних признаков, что дает его носителям достаточно времени, чтобы заразить других.

Течение эпидемии нарциссизма больше похоже на СПИД, чем на Эболу. Ущерб, который нарциссизм наносит отдельному «хозяину», часто долгое время не проявляется. Нарциссы обычно выглядят здоровыми и

привлекательными со стороны, по крайней мере, среди молодых людей и незнакомцев. Однако нарциссизм является разрушительной чертой в старости. Вы теряете внешний вид, а ваше поведение отталкивает вашу семью и друзей. 65-летний мужчина, который до сих пор прихорашивается перед зеркалом и водит роскошную машину, выглядит жалко. Нарциссизм пожилых людей — не лучший способ закончить свое время на земле. Но если вы молоды, привлекательны и амбициозны, нарциссизм работает лучше для вас (хотя и не обязательно для ваших друзей и семьи).

Возьмем, к примеру, историю о футбольном тренере (некоторые говорят, что это был Том Лэндри). Когда молодой игрок сделал тачдаун и начал танцевать в зачетной зоне, тренер посмотрел на него и сказал: «Веди себя так, будто ничего не случилось». Это отличный совет, как выглядеть зрелым — по крайней мере, так было раньше. Однако в сегодняшней культуре глупый танец приносит вам одобрение. Когда ямайский спринтер Усэйн Болт на праздновании своей олимпийской победы в 2008 году начал бить себя в грудь в 20 метрах от финиша, президент Международного олимпийского комитета Жак Рогге пожаловался на его неспортивное мастерство. Пресса в США и Великобритании тут же высмеяла Рогге, а лондонская газета *Times* назвала его «оторванным от реальности» и придерживающимся «драконовского этического кодекса». Читатель американской газеты прокомментировал: «Жак Рогге должен прекратить критиковать Усейна Болта. Болт просто празднует, демонстрируя большую уверенность в себе. Усэйн просто гордился своим достижением», очевидно забывая, что гордость должна прийти *после* достижения, а не во время него. Обозреватель газеты *Los Angeles Times* назвал преждевременную выходку Болта «театральным представлением, приятным для публики», а Рогге назвал «изнеженным стариком» и «неудачником». В той же статье высказано предположение, что именно поэтому Олимпийские игры теряют молодых зрителей. Вирус достиг своей цели: нарциссизм теперь воспринимается как нормальное и даже хорошее явление. Если вы не нарциссичны, вы не с большинством. Раньше достаточно было просто выиграть олимпийскую золотую медаль на глазах у миллионной толпы, сегодня на нее нужно поставить восклицательный знак.

До тех пор, пока нарциссизм не разовьется так, что хозяевам не будет нанесен вред до того, как у них появится шанс распространить болезнь, нарциссизм будет процветать. Если ускорение роста нарциссизма продолжится, результаты могут быть намного хуже.

ЧТО ОЖИДАЕТ В БУДУЩЕМ

Когда мы, авторы, начали составлять наши прогнозы на будущее, мы догадались, что в будущем в Соединенных Штатах может быть «национальный день самооценки». Просто чтобы убедиться, что мы не предсказываем событие, которое уже произошло, мы загуглили его. И действительно, кто-то опередил нас в этом — и не только в Соединенных Штатах, но в Новой Зеландии — стране самостоятельных людей, которые, как мы надеялись, не поверили во всю эту чепуху. День самооценки Новой Зеландии был гордым (конечно) созданием женщины по имени Дженис Дэ-

вис. Недавно Дженис решила переименовать его в Международный день самооценки. (А почему бы и нет? Как сказал бы Стюарт Смолли, этот день достаточно хорош, достаточно умен и черт возьми, людям он нравится.) На ее веб-странице говорится, что Международный день самооценки теперь «на шаг ближе [sic] к Шоу Опри... и на шаг ближе к тому, чтобы стать мировым феноменом». Как обычно, Соединенные Штаты занимают первое место по мнению, что мы номер один: в Новой Зеландии есть день самооценки, но в Соединенных Штатах есть целый Месяц повышения вашей самооценки (февраль... очень жаль, что это не месяц повышения температуры).

Мы также подозревали, что эпидемия нарциссизма породит Национальный день «Я», что было бы справедливо только с учетом того, что у нас есть День отца, День матери и даже День секретарей. Судя по всему, этого еще не произошло, хотя мы нашли в сети несколько человек, предлагающих это.

Если отбросить эту глупость, возникает большой вопрос: как будет выглядеть Америка, если эпидемия нарциссизма не ослабнет или продолжит ускоряться? Учитывая драматические культурные изменения, произошедшие за последние 30–40 лет, мы можем предположить, что изменения следующих 30–40 лет будут столь же масштабными и, на наш взгляд, будут выглядеть абсолютно экстремальными. Подумайте о том, как много всего может произойти за короткое время. Электронная почта широко используется всего около 15 лет и теперь занимает значительную часть нашей жизни (и многие молодые люди считают электронную почту устаревшей, предпочитая текстовые сообщения, чат и публикации в социальных сетях). Двадцатилетние и подростки проводят значительную часть своей жизни в социальных сетях, таких как Facebook и MySpace, ни одна из которых не существовала до 2004 года. Не так давно дети свободно катались на заднем сиденье машины (даже лежа на полке под задним стеклом), а теперь родителей чуть ли не пытаются за то, что они позволили восьмилетнему ребенку ездить в машине без дополнительного сиденья. Достаточно сказать, что культура может быстро меняться. Но, как и наше собственное старение, мы не замечаем изменений, пока не взглянем на наши свадебные фотографии или на свои волосы в школьном ежегоднике. (Особенно звездным был образ Джин из 1989 года: ее волосы, накрученные горячими бигуди, собранные в макушку, окрашенную лаком, и подсвеченные сзади. Да, когда-то это действительно было «в моде».)

Если эпидемия нарциссизма продолжится, будет еще больше избалованности, материализма, тщеславия, антисоциального поведения и проблем в отношениях. Пока эта тенденция не станет слишком быстрой, американцы могут ее даже не заметить. Возможно, родители будут предлагать своим детям пластическую операцию, чтобы «повысить уверенность в себе» точно так же, как мы сейчас поощряем брекеты и правильную одежду. У каждого из молодых людей будут тысячи друзей, но они будут тратить так много времени на поддержание этих поверхностных отношений, что они будут тратить гораздо меньше времени на более глубокие связи с другими. Ипотечные кредиты будут становиться все

длиннее и дольше, поэтому домовладельцы никогда не смогут выбраться из долгов, но смогут вести прекрасный образ жизни, которого, по их мнению, они заслуживают. В конечном итоге мы можем стать гигантским «арендованным обществом», в котором мы заранее получаем отличный образ жизни вместо того, чтобы копить на него, а затем обременены пожизненными долгами, чтобы заплатить за него. В некотором смысле это было бы возвращением к прошлому, поскольку мы создавали бы общество наемных слуг. Будущие американцы будут экстравертами и социально уверенными в себе — даже самые застенчивые люди будут появляться в Интернете много-много раз — и многие будут искать очередную славу или азарт. Будет широко использоваться такие технологии, как «Твиттер», который транслирует каждое действие людей с их мобильных телефонов на их личные веб-сайты и блоги. Виртуальная личность может стать столь же важной, как и настоящая.

Эпидемия нарциссизма уже имеет серьезные последствия. Во-первых, произошел гигантский перенос времени, внимания и ресурсов от реальности к фантазии. Вместо того чтобы преследовать американскую мечту, люди просто мечтают. Наше богатство фальшиво, оно обусловлено кредитами и свободным кредитованием; эта часть нарциссического сна уже разбита. Во-вторых, нарциссизм разрушил межличностные отношения. Произошел переход от глубоких к поверхностным отношениям, разрушение социального доверия и рост избалованности и эгоизма.

Все больше людей гонятся за мимолетной, иллюзорной славой вместо того, чтобы внести солидный вклад. Даже люди с настоящими навыками теперь предпочитают форму, а не суть. Например, число пластических хирургов утроилось с середины 1970-х годов, тогда как число врачей всего лишь удвоилось. В 2002 году в десять раз больше студентов-медиков выбрали дерматологию, чем в 1996 году: на ботоксе можно заработать деньги, и никаких звонков посреди ночи. В то же время популярность менее сексуальных специальностей снизилась. В 2008 году только 2% студентов-медиков планировали заняться общей практикой. Это, скорее всего, приведет к серьезной нехватке врачей первичного звена.

Эти два процесса — разрушение близких отношений и подмена реальности фантазиями — рисуют мрачную картину мира. Оно похоже на перевернутое птичье гнездо: полый сосуд с пустым интерьером и гниющей структурой.

Особенно интересно будет наблюдать за жизненным путем поколения американцев, которые только сейчас выходят на рынок труда. Их родители и учителя давали им преувеличенные отзывы, и большая часть того, что они видели по телевизору, рассказывала об удовольствиях богатых. Они получили награды только за то, что появились в детстве, но, став взрослыми, многим из них, возможно, придется изо всех сил пытаться найти работу. Культура последних нескольких десятилетий не подготовила это поколение к вызовам, с которыми оно столкнется. Многие окажутся на высоте и начнут работать усерднее. Остальные будут злы и подавлены своей судьбой в жизни, настолько отличной от комфорта и легкости, которых они ожидали. Несмотря

на все внимание, уделяемое экономным покупкам и экономии денег во время экономического спада, стремление к материальным вещам и богатству не исчезло. Такое уже случалось: песня «We're in the Money» была написана в разгар Великой Депрессии.

По сути, культура и экономика должны быть чем-то реальным. Большая часть того, что «реально», уезжает за границу. Суверенные фонды России и Дубая покупают наши активы на деньги, которые мы им посылали, когда наши внедорожники жрали иностранную нефть. Крупное исследование Национального научного фонда показало, что объем научных и инженерных исследований в университетах США замедлился, в то время как он растет в Азии и Европе. Даже фэнтези – то, в чем Соединенные Штаты действительно хороши, например, создание фильмов и музыки – перемещается за границу с появлением «Болливуда» и других фабрик грез. Сейчас, когда американские компании устали от производства внедорожников, за рубежом производится больше автомобилей. Не так давно экономика США была предметом зависти всего мира. Затем наступила эпоха легких кредитов для частных лиц и огромного государственного дефицита. Как отметил Джастин Кокс в журнале *Time*, мы так много взяли займы из-за границы, что экспорт номер один для США теперь является долгом.

Пока люди продолжают получать ложную обратную связь, связаны иллюзорными близкими отношениями и движимы вспышками, а не содержанием – то есть до тех пор, пока фантазия может превзойти реальность в игре жизни – нарциссизм будет процветать. И пока процветает нарциссизм, мы можем ожидать, что культура будет все больше и больше строиться на ошибочной основе завышенного самовосприятия, поверхностных отношений, бесстыдной саморекламы и чрезмерного поиска внимания.

Но как насчет обратной реакции? Либеральные 1970-е породили консервативные 80-е, что прекрасно показано в образе Майкла Дж. Фокса в сериале «Семейные узы»: сын был консерватором, родители — либералами. Но культурные изменения обычно происходят в линейном направлении, а не в обратном. Несмотря на разворот в политике 80-х годов, десятилетие фактически продолжило скорее тенденции 70-х, чем повернуло вспять (например, работающие женщины, гражданские права, сдвиг американского населения в сторону «солнечного пояса»). Точно так же мы еще не увидели никакой реальной реакции на эпидемию нарциссизма. Большинство людей даже не подозревают о его существовании. Они видят кусочки — здесь знаменитость, там — массового убийцу, — но не всю структуру целиком. Однако не исключено, что эпидемия зайдет настолько далеко, что будет решительно отвергнута массами. Несколько небольших контртрендов намекают на такую обратную реакцию, например, «движение за простоту», «не такой уж большой дом» и YAWN (молодые и богатые, но нормальные). Плохие экономические времена могут подавить некоторые симптомы эпидемии, такие как пластическая хирургия и чрезмерный материализм. Но если бы нам пришлось делать ставку, мы бы сделали ставку против таких тенденций и

на распространение эпидемии нарциссизма. Большинство причин эпидемии глубоко укоренились.

Однако есть и другая возможность, еще более пугающая: эпидемию нарциссизма можно обратить вспять во время крупных экономических и социальных потрясений. Эпидемия нарциссизма сама по себе может стать причиной социального коллапса. Финансовый кризис 2008 года, возможно, стал лишь первым шагом нарциссической самоуверенности, разрушающей давно устоявшиеся институты. Пока что это лишь породило новую эру избалованности государственной помощью, но, если они не сработают, и вся экономика будет заражена, ситуация может стать очень ужасной.

Но, возможно, такой коллапс действительно изменит ситуацию. Великая депрессия породила поколение трудолюбивых, коллективно ориентированных граждан, которые в дальнейшем сформировались в борьбе с тиранией во время Второй мировой войны. Некоторые из величайших моментов Америки были также и самыми сложными. Эти плохие времена привели Америку далеко от культуры бурных 1920-х годов — тоже нарциссической эпохи, но не настолько, чтобы приблизиться к сегодняшней культуре. Еще один экономический коллапс может иметь аналогичный эффект. Или может произойти эпидемия болезни (как грипп в 1918 году) или экологическая катастрофа. В последнее время появились намеки на все три возможности. Мы понятия не имеем, произойдет ли такой коллапс, и мы, конечно, не стремимся к нему, но подобные потрясения могут сдержать эпидемию нарциссизма.

Итак, если эпидемия нарциссизма ускоряется в Соединенных Штатах и распространяется по всему миру, является ли ситуация совершенно безнадежной? Должны ли мы пережить социальный коллапс, чтобы что-то изменилось? Мы рады сообщить, что ответ — нет. Есть много вещей, которые американцы могут сделать — как отдельные личности и как общество — чтобы обуздать эпидемию нарциссизма, и большинство из них даже не стоят никаких денег.

ГЛАВА 17

Лечение эпидемии нарциссизма

В кино нарциссические персонажи чудесным образом исцеляются. Эгоцентричных людей гипнотизируют («Шэлоу Хэл»), бьют током («Чего хотят женщины»), показывают их будущее («Рождественская песнь»), попадают в временную петлю («День сурка»), им угрожает снайпер («Телефонная будка») их очаровывают милые маленькие дети (Джерри Магуайр; Гринч, похититель Рождества). Что касается Генри, то он самый радикальный: нарциссический персонаж получает выстрел в голову, после чего становится хорошим человеком. Это эффективные сюжетные приемы, но они не работают в реальном мире — мы не рекомендуем стрелять вашему любимому нарциссу в голову, чтобы попытаться его вылечить.

Есть хорошие и плохие способы реагирования на эпидемии. Когда атипичная пневмония (тяжелый острый респираторный синдром) впервые появилась в Китае, медленная реакция на эпидемию позволила ей довольно быстро распространиться на несколько провинций. Но когда в 2003 году атипичная пневмония начала распространяться по всему миру, другие страны отреагировали быстро, выявив вирус, изолировав жертв и побудив людей носить маски, чтобы предотвратить дальнейшее заражение. В результате болезнь практически исчезла. Сравните это с течением СПИДа, когда болезнь распространялась годами, прежде чем что-либо было предпринято. Гей-сообщество боролось за то, чтобы бани в Сан-Франциско оставались открытыми. Сообщество гетеросексуалов игнорировало эту проблему, потому что это была «болезнь геев», уделяя очень мало внимания эпидемии, пока в 1985 году от нее не умер актер Рок Хадсон. Другие страны также отрицали существование СПИДа или оспаривали его причину. К концу 2007 года от СПИДа умерло более 25 миллионов человек во всем мире.

Модель болезни дает некоторые полезные рекомендации по борьбе с эпидемией нарциссизма. Во-первых, людям необходимо знать, как распознать нарциссизм и его симптомы. Американцам также необходимо понять, что нарциссизм в конечном итоге не является хорошей чертой ни для общества, ни для личности. Это может быть приятно и может привести к ощущению успеха (и, возможно, даже к некоторым краткосрочным успехам), но это не стоит долгосрочных затрат. Уверенность в себе — это хорошо, но слишком многие перешли черту этой уверенности.

Осведомленность об эпидемии нарциссизма, возможно, растет (хотя и медленно), и мы надеемся, что эта книга поможет в этом процессе, но самым большим препятствием на пути к пониманию нарциссизма является широкий спектр его симптомов. Тщеславие, самореклама, материализм и плохое социальное поведение взаимосвязаны. Рост пластической хирургии, задолженность по кредитным картам, видеозапись насилия, грубый

материализм и стремление к славе — это взаимосвязанные тенденции. Ключом к тому, чтобы увидеть эпидемию нарциссизма, является знание того, что нарциссизм лежит в основе каждой из этих тенденций.

Как только вы обнаружите симптомы эпидемии, примите меры, чтобы избежать или остановить распространение. Для многих заболеваний карантин является первой линией защиты. Мы не настолько сумасшедшие, чтобы предлагать лагеря для интернированных нарциссов (будут ли у них зеркала на каждой стене?), но карантин, похоже, происходит естественным образом. Нарциссические люди со временем изолируются от своих семей, друзей и коллег по работе, поскольку их эгоцентризм становится очевидным. Однако нарциссизм все еще процветает, потому что эти изолированные нарциссы продолжают искать новую жизнь, которую можно испортить. Естественный карантин может возникнуть, если нарциссам станет сложнее заводить отношения или наниматься на работу. Каждый из нас может внести свой вклад в этом деле. Не встречайтесь с очаровательным парнем, который болтает о своих дорогих часах (даже если он симпатичный), и не нанимайте уверенного в себе, опытного соискателя работы, который хочет знать все о том, что компания может для него сделать, но не проявляет интереса к тому, что может сделать для компании он сам.

Другой вариант карантина — избегать источников нарциссизма. Это может означать защиту себя от сплетен о знаменитостях и от статусных нарциссических людей. В Интернете это может означать использование Web 2.0 для укрепления и поддержания важных отношений в вашей жизни, а не для создания множества поверхностных «дружб». Это также означает участие в деятельности, которая поддерживает ценности сообщества и благотворительности, или в деятельности, которая дает вам точную оценку ваших способностей, не вызывая лести.

Карантин, однако, не является полностью эффективным решением проблемы эпидемии нарциссизма. Как и в случае со СПИДом, самые явные симптомы нарциссизма часто проявляются только в более позднем возрасте, поэтому карантин на самом деле не вариант. Во-вторых, от социальных сил, продвигающих нарциссические ценности, таких как средства массовой информации или потребительская экономика, практически невозможно спрятаться, если, конечно, вы не перейдете в изолированное сообщество, подобное сообществу амишей. Даже тогда вы не обязательно будете в безопасности. Одна группа амишей участвовала в реалити-шоу под названием «Амиши в городе». Мы не шутим.

ПЕРЕМЕНИ ДЛЯ СЕБЯ И СВОИХ ДЕТЕЙ

С ростом нарциссизма на культурном уровне многие люди со средним уровнем нарциссизма затягиваются в водоворот тщеславия, материализма и привилегий. Даже если вы не так уж тщеславны, ботокс соблазнителен, когда все это делают. Простая свадьба заставляет вас чувствовать себя дешевым и неважным, когда вокруг справляются роскошные свадьбы. Ваши простые фотографии выглядят грустно на Facebook, когда страницы всех остальных

такие яркие. Остановитесь и осознайте, во что вас втягивают. Если у вас есть скромные родственники, представьте, что они подумают о вашем потворстве нарциссизму. Кроме того, подумайте о том, что эксперты по личным финансам называют «фактором латте» — как вы можете использовать эти деньги, чтобы откладывать деньги на свое будущее. В эпизоде «Секса в большом городе» Кэрри жалуется, что не может позволить себе купить квартиру сейчас. Миранда спрашивает, сколько она потратила на обувь за те годы, что прожила там. Кэрри подсчитывает, и ее поражает — вот куда пошел ее первоначальный взнос.

Успокаивание эго

В конце 2006 года группа исследователей-психологов встретила во Флагстаффе, штат Аризона, на конференции на тему «Успокаивание шумного эго» — другими словами, стратегии подавления нарциссизма среди людей. Кит, выступавший на конференции, вспоминает, как обсуждал идеи с коллегами перед камином, когда на улице падал легкий снег — определенное улучшение по сравнению с его обычной жизнью, когда он сидел за компьютером в лаборатории с асбестовыми плитками на полу. Исследователи использовали слова, которые сейчас считаются причудливыми, в том числе *смирение, человечность, сострадание и внимательность*.

Во многих отношениях смирение является противоположностью нарциссизма. Некоторые люди неверно истолковывают смирение как нечто плохое, приравнивая его к стыду или ненависти к себе. Смирение — это не то же самое, что унижение. Истинное смирение — это сила: способность видеть и оценивать себя адекватно и без оборонительной позиции (заметьте, мы сказали «адекватно», а не «негативно»). Наша подруга и коллега Джули Экслейн, которая исследует смирение, обнаружила, что смиренные люди часто окружены друзьями и семьей, которые поддерживают их и позволяют им правильно видеть себя. Иногда эта поддержка приходит через религию, поскольку многие религии подчеркивают смирение. В целом, скромные люди больше связаны с другими. Когда вы не концентрируетесь на самосовершенствовании, вам легче общаться с другими людьми и с миром в целом. Многие люди думают, что смирение — это добродетель, которой обладают только великие лидеры, такие как Ганди или Мать Тереза, но каждый может практиковать смирение, честно оценивая себя, вспоминая людей, которые помогали и поддерживали его, и по-настоящему ценя жизни других.

Другое лечение нарциссизма происходит из удивительного источника: сострадания к самому себе. Кристин Нефф, которая провела одно из первых исследований этой концепции, пишет, что сострадание к себе работает, потому что «люди не всегда могут быть или получать именно то, что они хотят. Когда эту реальность отрицают или с ней борются, страдания увеличиваются в форме стресса, разочарования и самокритики. Когда эта реальность принимается с сочувствием и добротой, тогда ощущается большее эмоциональное спокойствие». Сострадание к себе заключается не в восхищении или уважении себя или оправдании плохого поведения — оно озна-

чает быть добрым к себе и в то же время смотреть в лицо реальности. «При наличии самосострадания вам не обязательно чувствовать себя лучше, чем другие, чтобы чувствовать себя хорошо с собой», — пишет Нефф на своем веб-сайте www.self-compassion.org. Люди, практикующие сострадание к себе, испытывают меньше гнева, меньше неконтролируемых мыслей о себе, меньше застенчивости, больше положительных эмоций, больше счастья и более конструктивно отвечают на критику. Оно также предполагает любопытство, мудрость, мотивацию к решению академических задач и сострадание к другим.

Нефф считает, что состраданию к самому себе можно научиться, прежде всего, посредством медитации. На своем веб-сайте она перечисляет ряд более простых практик, которые напрямую направлены на то, чтобы быть добрым к себе. Например, она предлагает опираться на наше чувство человечности, понимая, что «все люди уязвимы, несовершенны, совершают ошибки, с ними случаются трудные и болезненные вещи». Она также предлагает отвлечься от драматизма вашей ситуации и осознать, что тяжелые эмоции, которые вы испытываете, продлятся недолго.

Осознанность, являющаяся результатом традиционной буддийской практики, также может уменьшить нарциссизм и успокоить эго. Осознанность — это осознание настоящего момента — мысли, чувства и физического опыта — без негативных суждений. Это звучит просто, но это не так. Когда вы едите, вы, возможно, думаете о том, что вам нужно сделать на работу на следующий день. Когда кто-то проходит мимо, не поздоровавшись, вы можете потеряться в беспокойстве о своей внешности или мечтать о возмездии. Ваши мысли не только скачут, но и сопровождаются огромным количеством эгоистичных суждений. Почему меня постигла эта неудача? Я умнее такого-то. Как он смеет такое говорить — мне хочется надрать ему задницу.

Практика осознанности удерживает ваше «я» от участия в каждом опыте вашей жизни. Вы не только увидите мир таким, какой он есть, но эта практика принесет явные преимущества для ваших отношений, уменьшая конфликты и не позволяя им выйти из-под контроля. Когда кто-то говорит что-то, что вы можете интерпретировать как критическое или конфронтационное, вы можете научиться реагировать более спокойно. Меньшее количество ссор с вашим супругом, коллегами или детьми — достаточная причина, чтобы практиковать осознанность.

Если вы религиозны, использование сострадательных и внимательных аспектов вашей веры — отличный способ успокоить свое эго. Почти все мировые религии учат любви, состраданию и прощению. «Поступай с другими так, как хочешь, чтобы поступали с тобой» — классический иудео-христианский принцип, который встречается и во многих других религиях. Пророк ислама Мухаммед сказал: «Никто из вас не уверует по-настоящему, пока не пожелает другим того же, чего желает себе». Буддистская *Уданавагга* говорит: «Не относитесь к другим так, как вы сами сочли бы обидным». В Талмуде иудаизма сказано: «Что ненавистно тебе, не делай ближнему

твоему. В этом вся Тора; все остальное — комментарии». Атеизм и светский гуманизм также поощряют гармоничные, этические отношения с другими людьми.

Многие из этих стратегий требуют практики и терпения. Личностные изменения требуют работы. В нашей культуре нас устраивает идея заниматься такими видами спорта, как гольф: мы знаем, что никогда не станем Тайгером Вудсом, но стремимся совершенствоваться. Мы также вполне согласны с идеей, что для улучшения успеваемости в школе и на работе необходима практика. Однако идея о том, что для изменения себя также требуется практика, не так распространена. Культура самолюбования призывает нас любить себя безоговорочно такими, какие мы есть. Это при-
скорбно, потому что большинство личных изменений требуют практики и времени, и мы не всегда достигаем наших целей. Как говорится в молитве о безмятежности: «Боже, дай мне спокойствие, чтобы принять то, что я не могу изменить; смелость изменить то, что я могу; и мудрость, позволяющая понять разницу». Мы можем кое-что изменить в себе, и знать это мудро.

Ключом к осуществлению личных изменений является постановка цели («Я хочу ставить других на первое место» или «Я хочу познавать мир, не всегда думая о себе») и определение набора шагов («Я буду работать в благотворительной организации два часа в неделю», «Я займусь спортом, который настолько труден, что я не могу думать о себе», «Я не буду перебивать других, когда они говорят» или «Больше никаких покупок, кроме самого необходимого»). Если возможно, заручитесь социальной поддержкой для достижения этой цели. Еще более неловко потерпеть неудачу в самосовершенствовании, когда ваша дочь или ваш муж знают о ваших целях, а, с другой стороны, друзья и семья могут ободрить и поддержать вас. Придерживайтесь этого и записывайте свои усилия. Это не быстрое решение, но оно может быть очень эффективным.

В бестселлере *«От меня к нам»* содержится множество замечательных советов, как сделать мир лучше и при этом изменить свою жизненную философию. Некоторые из них предполагают изменение вашего мышления. «То, о чем вы беспокоитесь, может быть хорошим показателем ваших приоритетов», — пишут авторы Крейг и Марк Килбургер (Крейг основал организацию по борьбе с детским трудом во всем мире, когда ему было всего 12 лет). «Вы сосредоточены на своей семье? Мода? Сообщество? Мировое сообщество?» Сосредоточьтесь на том, чтобы быть благодарным за то, что у вас уже есть вместо того, чтобы думать о том, чего у вас нет (в качестве бонуса чувство благодарности увеличивает счастье). Другие стратегии — это просто способы оказания помощи и создания сообщества. Они предлагают присмотреть за молодыми родителями или организовать встречу для семьи и друзей. Как отмечают авторы, помощь другим приносит пользу и самому себе — не только в том, что мы становимся менее нарциссическими, но и в том, что становимся счастливее. Исследования неизменно показывают, что люди, которые сосредоточены на статусе и материализме, с большей

вероятностью впадают в депрессию, а те, кто сосредоточен на близких отношениях, счастливее.

Еще один способ минимизировать нарциссизм — обратить внимание на более широкие социальные связи в мире. Никто не может существовать без поддержки со стороны других. Писательница Ребекка Уокер была загипнотизирована, когда увидела, как Далай-лама говорил на эту тему. Как рассказывает Уокер, Его Святейшество «говорил о мифе о независимости. «Если вы такие независимые, — спросил он, — кто выращивает вам еду?» Кто шьет вам одежду, строит ваш дом, следит за тем, чтобы вода лилась из вашего душа? Как ты вообще родился? Дело в том, сказал он, что мы не сделали ни одного дела в одиночку, без помощи небольшой армии других, и тем не менее мы ходим вокруг, говоря о необходимости и превосходстве независимости. Это совершенно иррационально».

Наконец, если вы не можете перестать кормить свое эго, вы можете согласовать свой нарциссизм с поведением, которое помогает обществу. Было бы здорово, если бы полезные формы саморекламы (например, пожертвование на то, чтобы больничное крыло было названо в вашу честь) вызывали большее восхищение, чем другие формы (выглядеть богатым, имея дорогую одежду, украшения и автомобили). Станьте заметным борцом за позитивные изменения в вашем сообществе; создайте фонд имени себя (или просто подарите сообществу несколько скамеек в парке с небольшими латунными табличками с вашим именем); станьте лидером волонтерских программ вашей религиозной организации. Все эти вещи могут привлечь к вам внимание и восхищение, а также помочь сообществу.

Как создать связи и как этого не делать

Один из способов уменьшить негативное поведение, которое так часто возникает из-за нарциссизма, — это признать связи и общность с другими людьми. В двух экспериментах, проведенных Сарой Конрат, Брэдом Бушманом и Китом, участников кто-то оскорбил, а затем им дали возможность отомстить, издав болезненный этому человеку шум. Как также показали несколько других исследований, нарциссы в этой ситуации были значительно более агрессивны. Однако эти новые эксперименты добавили еще одну особенность: половине участников сказали, что другой человек в чем-то похож на них — либо у них один и тот же день рождения, либо у них один и тот же редкий тип отпечатков пальцев. Когда нарциссические люди имели что-то общее со своим оппонентом, они были не более агрессивны, чем не нарциссы. Когда мы ощущаем себя как-то связанными с другими, эгоизм рассеивается.

Это отличная новость: существует потенциальное лекарство от нарциссической агрессии, если мы сможем научить детей, насколько они похожи друг на друга. Однако многие школы, родители и телешоу вместо этого подчеркивают детям, что все люди уникальны и отличны друг от друга. Невероятно, но одна школьная программа учит прямо противоположному лечению нарциссизма. Программа под названием «Я-большой палец» являет-

ся стандартной для третьего класса государственных школ Онтарио, Канада (еще один признак распространения эпидемии нарциссизма за пределы Соединенных Штатов). Спонсируемый Канадской ассоциацией психического здоровья, он объявляет: «Я — это я! В целом мире нет другого человека, подобного мне. У меня есть свой собственный отпечаток пальца. Я особенный.» Когда людям рассказывают, насколько они похожи, снижается агрессия, однако эта программа подчеркивает детям, насколько они *отличаются* друг от друга. Программа сообщает детям, что у них уникальные отпечатки пальцев — полная противоположность сообщению, которое снижает уровень нарциссизма (что ваш тип отпечатков пальцев похож на чей-то другой). В программе утверждается, что она направлена на «развитие навыков, которые способствуют личностному развитию и успешным отношениям», но потенциально она поощряет отношения, которые могут подорвать отношения из-за нарциссизма и агрессии.

Это далеко не единственная школьная программа (или посыл в СМИ), подчеркивающая, насколько мы отличаемся друг от друга. В руководстве для воспитателей по вопросам самооценки особое внимание уделяется словам детей: «Вы особенный человек. В мире есть только один ты». Веб-сайт под названием «Прояви свой потенциал» спрашивает: «Вам интересно, что отличает вас от всех остальных? Вы ищете ответ на вопрос: «Что делает меня особенным и уникальным?» Понимание того, насколько каждый из нас уникален, является важной частью ответа на вопрос, кто мы такие и почему человечество существует». В некоторых дошкольных учреждениях детей заставляют смотреть в зеркало, чтобы увидеть, чем они отличаются от своих одноклассников.

Это не только противоречит исследованиям по снижению агрессии, но и бросает вызов многовековой истории. Почти каждая война и каждое злодеяние в мировой истории было основано на различиях между людьми. Племенные фракции всегда говорят, что другие люди другие, неправильные, не такие, как люди. Гитлер выделил евреев как разных людей и превратил их в общего врага, которого следует убивать. Тутси убивали хуту, шииты убивали суннитов, а сербы убивали хорватов. Белые люди порабощали чернокожих. Мужчины не позволяли женщинам работать и голосовать. Могущественная сторона всегда утверждала, что другие слишком разные, не похожие на нас.

Уникальность преподавания не только потенциально увеличивает агрессию, но и подчеркивает относительно тривиальные различия. У Далай-ламы тоже есть несколько очень мудрых слов на эту тему. «У людей разные волосы и разный цвет глаз, мы носим разную одежду и родом из разных мест», — сказал он. «Но на самом деле на фундаментальном уровне мы все одинаковы». Другими словами: да, каждый человек уникален, но в наших чувствах и проблемах мы гораздо больше похожи, чем различаемся. Признание вашего врага человеком часто является первым шагом к прекращению войны или другого конфликта.

Вместо того, чтобы позволять школам, родителям и телешоу учить детей тому, что все они разные и уникальные, поддержите программы, способствующие разрешению конфликтов и развитию навыков дружбы. Научите детей, как ладить с другими людьми, вести себя вежливо и цивилизованно, и как разрешать конфликты с друзьями. После того, как начальная школа Вашингтона в Ланкастере, штат Пенсильвания, школа в центре города, где между учениками возникали частые конфликты, научила детей разрешать конфликты посредничеством, количество конфликтов значительно уменьшилось. Вместо того, чтобы петь песни о том, какие они особенные, дети в школе бьют в барабаны и скандируют: «Как барабанщик мира / Я буду жить в мире с другими».

Другие программы сосредоточены на навыках дружбы, например, книга Джареда Курхана «*Молодые переговорщики*», которая учит подростков тому, как сдерживать драму и разрешать конфликты мирным путем. Коринн Грегори, пришедшая в сферу образования с курсами манер для детей под названием PoliteChild, теперь ведет программу под названием SocialSmarts. Программа, принятая в некоторых государственных школах, обучает социальным навыкам, которые приносят пользу каждому. Программа, по словам Грегори, «позволяет детям осознать, что дело не только в вас» и что им следует учитывать потребности, желания и чувства других, если они хотят иметь друзей, быть успешными и счастливыми в жизни. По иронии судьбы, думая о других и руководствуясь вежливостью и уважением, они получают гораздо больше того, чего *хотят*, и с большей легкостью, и гораздо меньше того, чего НЕ хотят, поэтому это помогает всем заинтересованным сторонам в межличностном уравнении». Грегори сообщает, что в школах, использующих эту программу, наблюдается снижение дисциплинарных проблем и издевательств, а также повышение морального духа учителей и учеников. Результаты академических тестов даже выросли: навыки чтения выросли на 20%.

Когда мы все ладим, это приносит пользу как отдельным людям, так и группе. По сути, эти программы учат сопереживанию: умению взглянуть на точку зрения другого человека и, когда дела идут плохо, почувствовать сострадание к его или ее боли и страданиям. Это куда более важный урок нашим детям, чем то, насколько они особенные.

Одна школьная программа под названием «Корни эмпатии» фокусируется именно на этих навыках. Программа, разработанная для детей начальной школы, включает в класс инструктора, родителей и ребенка. Взаимодействуя с другим ребенком, дети начинают понимать его чувства и потребности и осознают, что они похожи на их собственные. Школы, использующие эту программу, сообщают о меньшем количестве драк и проблем с дисциплиной, о большем объеме помощи и улучшении социальных навыков.

В некоторых школах, где обучают социальным навыкам и разрешению конфликтов, также учат: «Я особенный». Это плохая идея — они потенциально могут нейтрализовать друг друга. Важно помнить, что обычно не низкая самооценка заставляет ребенка становиться хулиганом. Гораздо

чаще это нарциссизм: нарциссические дети дерутся, когда их оскорбляют, а не дети с низкой самооценкой (которые, скорее всего, ничего не сделают). Обучение детей тому, насколько они особенные, только ухудшает ситуацию, а не улучшает ее.

ИЗМЕНЕНИЕ ОСНОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ АМЕРИКИ

В основе эпидемии нарциссизма лежат две основные культурные идеи: самолюбование очень важно и самовыражение необходимо для собственного существования. Чтобы замедлить эпидемию нарциссизма, эти ценности необходимо изменить.

Один из вариантов — противодействовать культурному солипсизму: вам не нужно восхищаться собой, и вам не нужно выражать себя, чтобы существовать. Однако прямая атака на эти ныне устоявшиеся ценности, скорее всего, встретит сильное сопротивление. Многие люди относятся скептически, когда мы утверждаем, что не все люди особенные. Эмоции, связанные с этим, настолько сильны, что споры против важности самолюбования часто оказываются бесполезными. Иногда люди приходят к нам, когда мы указываем, что лучше просто сказать ребенку, что вы его любите, но даже тогда люди утверждают, что дети должны нравиться себе, иначе они пострадают от ужасных последствий. Эти взгляды настолько укоренились в американской культуре, что с ними трудно бороться. Это все равно, что сказать людям, что им не обязательно носить брюки.

Точно так же важность самовыражения укоренена в нашей культуре. Когда люди обсуждают уроки рисования, творчество или голосование, эти действия часто оформляются с точки зрения «самовыражения». Это новое явление. Искусство исторически не было связано с самовыражением, равно как и творчество, и голосование, но исключение самовыражения из обсуждения будет встречено сопротивлением. Томас Эдисон сказал, что творчество — это 10% вдохновения и 90% пота, но сегодняшняя культура предполагает, что оно — это 50% вдохновения, 10% пота и 40% самовыражения. Американцам нравится идея, что они могут выражать себя, и трудно убедить людей, что в этом нет необходимости.

Более разумный подход мог бы включать перенаправление и замену. Мы можем попытаться снизить количество внимания, уделяемого самолюбованию и самовыражению, и вместо этого увеличить внимание, уделяемое нашим общим американским культурным идеалам, таким как свобода, уверенность в своих силах и равенство. Когда мы росли в 1970-х годах, детские телешоу смешивались с общественными сообщениями об американской истории, политике, математике и грамматике. *Schoolhouse Rock* включал в себя *America Rock*, *Grammar Rock*, *Science Rock*, *Multiplication Rock* и *Money Rock*. Каждая тема была покрыта запоминающимися песнями, например, о «выстреле, услышанном во всем мире», «Я всего лишь Билл», «Великом американском плавильном котле» и «Соединении соединений». Если вам 30 или 40 лет, возможно, вы все еще знаете эти мелодии. Примеча-

тельно, что не было никакого *Schoolhouse Rock* для самооценки, любви к себе или самовыражения.

Сегодняшние социальные объявления (PSA – Public Service Announcements) другие. Американская история, грамматика и естествознание были исключены из социальной рекламы по таким страшным вещам, как жестокое обращение с детьми, депрессия, предрассудки и употребление наркотиков подростками, а также по более позитивным – таким, как выражение творческих способностей и высокая самооценка (подборка социальной рекламы NBC – хороший пример). Когда упоминаются правительство и голосование, их важность часто напрямую связана с личностью. В социальной рекламе Лиги женщин-избирательниц, призывающей людей голосовать, используется фраза «Выражайте себя и будьте услышаны», что сильно отличается от представлений прошлых лет о том, что голосование было гражданским долгом. Ролик даже заканчивается тем же лозунгом, который использовался при продаже ботокса: «Все дело в свободе самовыражения». Джин думала, что это совпадение, пока не увидела рекламу ботокса с участием той же актрисы, что и голосующая PSA (Вирджиния Мэдсен), и не прочитала описание на веб-сайте Лиги женщин-избирательниц, чья кампания «направлена на поощрение женщин к самовыражению в жизни, политике и красоте — в частности, голосуя за то, во что они верят, и заботясь о своем здоровье и коже». Так что голосуйте, но не пропустите прием ботокса!

Эти социальные рекламные ролики ярко иллюстрируют то, что сейчас волнует американцев (мы сами), а что больше не привлекает особого внимания (знания и мир в целом). Сегодняшние рекламные ролики содержат мало истории Америки (но много личных вопросов), мало о грамматике, математике или естественных науках (но несколько о творчестве – не научном творчестве, а самовыражении), и мало о самодисциплине и самоконтроле (но несколько слов о самооценке).

Эти социальные ролики рисуют для детей мировоззрение примерно следующего содержания: мир полон действительно страшных вещей; будьте терпимы, будьте креативны, выражайте себя и восхищайтесь собой. Чтобы вылечить эпидемию нарциссизма, было бы лучше отказаться от страха и самовыражения и вернуть уроки грамматики, математики, естественных наук, истории и гражданственности. Мы могли бы даже упомянуть о достоинствах самоконтроля и экономии денег. Как насчет *Schoolhouse Rock* о сложных процентах? Если PSA хотят положительно повлиять на американцев, им нужно начать с сосредоточения внимания на вещах, находящихся за пределами нас самих.

ПОЛИТИКА НАРЦИССИЗМА

Обсуждение культурных изменений неизбежно приводит к миру политики. В целом, мы старались избегать политики в этой книге, потому что не хотим, чтобы обсуждение нарциссизма превратилось в типичные политические дебаты. На первый взгляд, и либералы, и консерваторы выступают против нарциссизма. Левые считают, что стране было бы

лучше, если бы было больше общественных ценностей и программ (например, всеобщее здравоохранение), и они выступают против жадных корпораций, которые давят маленьких людей, чтобы добиться успеха. Правые считают, что нарциссизм разрушает традиционные ценности упорного труда и уверенности в своих силах, которые сделали Америку великой. Консерваторы выступают против культуры самолюбования, когда она ставит самооценку выше результатов или отказывается вознаграждать индивидуальную инициативу.

Обе партии дорожат историческими американскими культурными идеями: левые подчеркивают равенство, а правые — уверенность в своих силах. Левым не нравится материализм и неравный социальный статус, которым благоприятствует нарциссизм, а правым не нравится фальшь нарциссизма. Обе группы хотят более сильных сообществ, хотя левая делает упор на организацию на уровне сообщества («нужна деревня»), а правая делает упор на организацию на уровне семьи («семейные ценности»). Обе стороны хотели бы видеть большую гражданскую активность, хотя, возможно, на несколько разных уровнях правительства, для разных уровней правительства и для разных целей.

Мы, авторы, подробно обсуждали эти вопросы, отчасти потому, что принадлежим к двум разным политическим лагерям. Политические убеждения Джин больше относятся к демократической стороне, и она рассматривает нарциссизм как часть тенденции к разрушению общественных ценностей в стране. Политические убеждения Кита в большей степени принадлежат республиканцам/либертарианцам, и он рассматривает нарциссизм как часть тревожной тенденции к отказу от личной ответственности. Несмотря на эти различия во взглядах, мы оба глубоко обеспокоены эпидемией нарциссизма.

По сути, эпидемия нарциссизма не была вызвана какой-либо политической партией, и ни одна из них активно не поощряет ее. Но оба могли бы сделать больше для борьбы с этим. Они могли бы начать с повышения уровня гражданской активности. В 1960 году проголосовало более двух третей граждан, но сейчас голосует чуть больше половины. Знания в области гражданственности упали. Всесторонний анализ данных показывает, что по большинству категорий политических знаний «сегодняшние выпускники средних школ примерно эквивалентны выпускникам средних школ конца 1940-х годов, а сегодняшние выпускники колледжей примерно эквивалентны выпускникам средних школ той эпохи». Хотя выборы 2008 года возродили интерес к политике по всей стране, все еще больше людей голосует за следующего *Американского Идола*, чем на президентских выборах. Хуже того, больше людей знают участников шоу *American Idol*, чем имена судей Верховного суда. Среднестатистического американца больше интересуют певцы, борющиеся за славу, чем политика и гражданские права.

Нам также необходимо, чтобы обе стороны продвигали общие американские ценности: фундаментальное равенство всех граждан и свободу всех граждан

добиваться того, чего они хотят. То, как эти убеждения сбалансированы, а также борьба по таким вопросам, как войны, налоговые ставки, законы об оружии или свобода слова, можно обсудить в политических дебатах среди информированных граждан. Это важные вопросы, которые затрагивают всех нас. Выставлять на YouTube видеоролик, где вы сидите под водой и играете «Stairway to Heaven» на свистке, — это недопустимо. Наша культура опустилась до ерунды — ведь именно ерунда делает вас знаменитым.

Мы понимаем, что такой уровень изменений, вероятно, является несбыточной мечтой. Мы надеемся, что некоторые люди по обе стороны партии заботятся о стране и втайне хотят серьезного политического обсуждения или участия. Какие бы решения ни были приняты при более активном участии гражданского общества, трудно представить, что они будут хуже, чем сейчас, и появится дополнительная выгода от гражданско-мыслящего и заинтересованного населения.

ИЗМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК

Изменение основных идей важно, но даже если эти изменения возможны, они будут напрасными, если мы также не изменим наши социальные практики в воспитании детей и образовании, знаменитостях и средствах массовой информации, Интернете и экономике.

Воспитание и образование

Воспитание детей — отличный выбор, чтобы начать замедлять эпидемию нарциссизма. Родителям необходимо отказаться от представления о том, что их ребенок — центр Вселенной. Иногда родителям приходится проглотить эту пилюлю, потому что им сказали, что для того, чтобы быть любимыми, необходимо быть особенными. Но это не совсем так. Вы можете любить ребенка, не думая, что он или она по определению величайший ребенок в мире. В каком-то смысле это определение зрелой любви. Когда формируются романтические отношения, часто возникает чувство идеализации и страсти. Люди думают, что их вторая половинка ходит по воде. Это чудесное состояние, но оно недолговечно, потому что оно нереально. В более зрелых отношениях любовь к партнеру присутствует, несмотря на его недостатки. Этот тип любви часто бывает более продолжительным и приносящим больше удовлетворения. На самом деле, чувствовать себя более важным, когда тебя любят, несмотря на твои недостатки, чем потому, что твой партнер понятия не имеет, кто ты на самом деле, со своими недостатками и всем остальным.

Кроме того, любовь подчеркивает связь, а особенность подчеркивает различие. Люди, которые действительно считают себя особенными, испытывают трудности с общением с «обычными» людьми. Точно также «обычные» люди испытывают проблемы с общением с «особенными» людьми. Представьте себе, что вы знаменитость, пытающаяся наладить отношения с «нормальным» человеком. Даже если вы не считали себя особенным, вам все равно было бы трудно построить отношения, если бы другой человек считал вас особенным или выдающимся. Напротив, любовь в сочетании с истинным знанием сильных и слабых сторон человека является

дверью к эмоциональной близости. И эти глубокие связи с другими являются прививкой от нарциссизма. Настоящие друзья не позволяют своим друзьям быть высокомерными придурками.

Сосредоточьтесь на обучении своих детей сочувствию и состраданию. Хвалите их, когда они помогают другим («Как здорово, что ты помог своему брату»). Наказывайте подлое поведение быстро, и не поркой, которая подрывает всю суть, а тайм-аутом или лишением привилегий. Говорите о том, что чувствуют другие люди, чтобы дети могли видеть, что все испытывают одни и те же эмоции. Если ваш малыш говорит: «Ребенок плачет», прокомментируйте, что ребенок, возможно, голоден или устал, как иногда бывает и с вашим ребенком. Научите детей восхищаться настоящими героями — теми, кто помогает другим, а не поверхностными образцами для подражания по телевизору. И сами будьте хорошим примером для подражания, проявляя сочувствие к чувствам своего ребенка и, что не менее важно, к чувствам других детей и взрослых.

Родители также должны установить ограничения. Есть простое правило воспитания, которое многие, похоже, в последнее время забыли: дети не всегда должны получать то, что хотят. Родители все еще довольно хорошо умеют проводить черту в вещах, которые, как мы знаем, плохи, например, слишком много конфет, причинение вреда другим детям или слишком много сексуальности в раннем возрасте. Но наша нарциссическая культура сделала границы вокруг других вещей более размытыми. Девочки дошкольного возраста смотрят такие сериалы, как «Ханна Монтана» — да, свободные от секса и насилия, но продающие соблазнительную нарциссическую мечту о славе, богатстве и тщеславии. Молодые мальчики играют в жестокие видеоигры, в которых они не проявляют никакого уважения к жизням других — и вопреки идее, что это помогает им «выпустить пар», те, кто играет в жестокие игры, более агрессивны в реальной жизни. Подростки и даже 11- и 12-летние имеют страницу на MySpace. Родители могут настаивать, чтобы они были только для друзей, чтобы не допускать насильников, но могут и не осознавать, что эти сайты способны формировать у детей нарциссическую идентичность, даже когда доступ имеют только «друзья».

Студенты колледжей с более высокими показателями нарциссизма сообщают, что их родители были более снисходительны. Несмотря на краткосрочное желание уступить, сокращение потворства до разумного уровня, скорее всего, сведет к минимуму нарциссизм. Иногда то, что хотят ваши дети, и то, что им нужно, — это две разные вещи, и предоставление им того, что они хотят, не всегда приведет к самоконтролю, который им понадобится в дальнейшей жизни.

Меньше всего мы хотим выглядеть родителями-всезнайками или, что еще хуже, сделать обеспокоенных родителей еще более одержимыми собственным поведением. Мы оба боремся с этими проблемами и часто терпим неудачу. У старшей дочери Кита было пять пар пижам принцесс, в нескольких из которых было изображено несколько принцесс. (Он любил

утешать себя мыслью, что они, по крайней мере, не объявляют, что она *принцесса*.) Джин спрашивает своего малыша, чего она хочет, а затем понимает, что ее малыш может не знать — и определенно не всегда будет знать, что для нее хорошо. (Кейт могла очень четко произнести слово «*пицца*» к 17 месяцам и сказать «печенье» к 21 месяцу. К счастью, она также ест брокколи, что является возможным признаком апокалипсиса.) Мы также оба понимаем, что, как родители, мы можем только сделать не так много, потому что есть много других мощных источников, которые формируют наших детей, от групп сверстников до образования и средств массовой информации. Мы делаем все, что можем, но отказались от совершенства.

Отказ от совершенства в родительских обязанностях на самом деле также может быть хорошим способом борьбы с нарциссизмом. Засыпанные информацией, многие родители сегодня хотят формировать каждый аспект жизни своих детей, чтобы обеспечить их безопасность и помочь им добиться успеха. Это хороший импульс, но он часто заходит слишком далеко. Мы упустили из виду идею о том, что дети могут время от времени терпеть неудачи. Спросите группу взрослых, и большинство из них скажет вам, что они узнали больше всего, когда у них что-то плохо получалось. У детей, которые всегда побеждают, формируется представление о том, что они непобедимы и лучше всех остальных. Реальный мир станет шоком, и они будут слишком заняты собой, чтобы учиться на обратной связи.

Реформа образования также необходима для борьбы с эпидемией нарциссизма. В школах акцент на самооценку должен исчезнуть. Больше никаких песен «Я особенный» или «Каждый — победитель». Дочь Кита вернулась домой с бумагами со штампом «А+». Он догадывается, что для остальных оценок от F до A марок нет. Мы не говорим, что детям нужно говорить, что они не особенные или неудачники — просто оставим эту тему. Если вы хотите, чтобы ребенок был в хорошей физической форме, вы не заставляете его петь песни о том, какой он мускулистый. Вы заставляете его много тренироваться. То же самое относится и к успеху. Помимо самого обучения, основное внимание следует уделять развитию любви к обучению, чувству эффективности (если я усердно работаю, я могу освоить тему), способности ладить с другими, а также высокого уровня самодисциплины и эмоциональной устойчивости. С низкой самооценкой относительно легко добиться успеха в жизни, но очень трудно добиться успеха без самоконтроля, самодисциплины или эмоциональной устойчивости перед лицом неудач.

Ребенок может чувствовать себя немного плохо, если он или она отстает в учебе, спорте или личном поведении. Но он может извлечь уроки из плохих результатов и получить возможность и поощрение стремиться к совершенствованию. (Обратите внимание, что это не означает, что ребенок чувствует себя недостойным жизни, просто он чувствует себя плохо из-за того, как он это сделал.) Эта способность учиться на неудачах имеет решающее значение в жизни, и ее гораздо легче реализовать в культуре, которая не давит на особенность». Детские спортивные программы должны

перестать раздавать кубки всем, кто участвует; вполне нормально, если только одна или три лучшие команды получают трофеи.

Этот вопрос недавно вызвал дебаты в футбольной команде дочери Кита. Во время одной из финальных игр дети лежали на поле (или, в случае дочери Кита, танцевали со своей тенью) вместо того, чтобы играть в футбол. Когда другая команда (что неудивительно) забила гол, один из родителей спросил, кто забирает трофеи в этом году. Когда дети были вне пределов слышимости, Кит заметил, что команда отстойная, и дети на самом деле не заслуживают трофеев. Один родитель дал Киту пять в знак согласия, а другой подумал, что детям нужны призы для поощрения. Мини-вспышку эпилепсии нарциссизма удалось подавить с помощью компромисса: все дети получили командные фотографии в рамке. Это поможет детям вспомнить командный опыт со своими друзьями и отпраздновать футбольный сезон. Если бы они все получили трофеи, это послужило бы уроком: побеждаешь, даже не пытаясь.

Реальная жизнь – например, поступление в колледж, повышение по службе или занятия спортом после детства – не предполагает политики «трофеев для всех». Вместо того, чтобы рассказывать детям, какие они победители, лучше, чтобы они научились терпеть неудачу с достоинством и стойкостью. В академических кругах мы обнаружили, что этот урок «научись проигрывать» оказался гораздо полезнее, чем послание «ты особенный». Мы говорим нашим студентам, что академическое образование — это война на истощение. Многие журналы отклоняют 80% или более заявок, а на вакансию преподавателя обычно поступает сотня или более заявок. Но если вы продолжите двигаться вперед и продолжать бороться после неудач, вы в конечном итоге сделаете себе достойную карьеру. Однако, если вы жаждете постоянного внимания и положительных отзывов, возможно, вам лучше поискать другую карьеру. Это послание справедливо и для многих других профессий.

Конечно, родители все равно должны поощрять детей. Главное — хвалить конкретно и подчеркивать упорный труд. Вместо того чтобы говорить: «Ты такой умный», скажите: «Ты действительно хорошо справился с математическими задачами. Я могу сказать, что ты отлично постарался». Когда ребенок чувствует себя обескураженным и думает, что он не может что-то сделать, сосредоточьтесь на конкретных навыках и необходимом разговоре с самим собой. Многие спортивные тренеры используют эту технику. Например, тренер по плаванию может сказать: «Продолжайте практиковать перевороты – на этот раз подумайте о том, чтобы начать немного ближе к стене. Я знаю ты сможешь!» а не «Ты потрясающий пловец, ты лучший!» Сосредоточение внимания на конкретных навыках и усердие способствуют повышению эффективности, которая отличается от чувства собственного достоинства и исключительности. Эффективность связана с успешной работой, но глобальная похвала обычно бесполезна или контрпродуктивна. Думать, что ты великий, и верить, что ты можешь что-то сделать, — это две разные вещи. Вместо того, чтобы каждый получал трофей, детям лучше получить конкретное поощрение, чтобы они могли

развивать свои навыки и фактически *зарабатывать* трофеи. А если нет — возможно, футбол просто не их талант — это тоже хороший урок. Это не означает, что им нужно уйти, просто им может потребоваться больше усилий, чтобы играть хорошо. Или они могут найти другой вид спорта и обнаружить, в чем заключается их талант.

СМИ

Борьба с эпидемией нарциссизма также потребует изменений в средствах массовой информации. Мы знаем, что это сложнее продать — в конце концов, задача СМИ — привлечь внимание и, таким образом, рекламировать деньги. Однако есть место и для некоторой ответственности. Бритни и Пэрис не играют решающей роли в функционировании нашей страны. Несколько беззастенчивых новостных агентств о знаменитостях — это нормально. TMZ, например, никогда не претендует на звание серьезного новостного агентства. Это что-то вроде хлопьев в форме маленького печенья — на самом деле никого не обманешь. Однако становится все труднее найти важные новости на так называемых новостных каналах. Вместо серьезных новостей у нас есть бесконечные дискуссии о последнем судебном процессе над знаменитостями, смерти, обвинении в вождении в нетрезвом виде, убийстве или глупом поведении. Это все равно что открыть коробку All-Brain и обнаружить, что она наполовину заполнена маленьким зерновым печеньем.

Еще большую тревогу вызывает освещение в СМИ массовых расстрелов. Хотя средства массовой информации, конечно, должны освещать такие события, подробное освещение убийц из Колумбайн и Сын Хи Чо из Технологического института Вирджинии говорит, что совершение зрелищного акта убийства или убийства является отличным способом привлечь внимание. Обеспокоенный молодой человек, расстрелявший покупателей в торговом центре Небраски в конце 2007 года, оставил предсмертную записку, в которой говорилось, что теперь он станет знаменитым. В течение нескольких недель после этого он был таким. Чтобы разорвать этот порочный круг, необходимо изменить тон и содержание освещения убийств в СМИ. Вместо того, чтобы изображать этих массовых убийц как изощренных агентов зла, средства массовой информации должны изображать их такими, какие они есть: жалкими людьми, которые искали славы, жестоко убивая других людей. Мы должны смотреть на этих убийц со стыдом, а не с благоговением.

Когда американские СМИ были заняты разговорами о грандиозном зловещем плане стрелка из Технологического института Вирджинии Чо и каждой детали его короткой жизни, Корея, откуда эмигрировали родители Чо, отреагировала общекультурным чувством стыда. Посол Южной Кореи извинился за действия Чо. Представьте себе, что вы подросток в Южной Корее и слышите это. Можно подумать, что это массовое убийство было источником позора для нации, а не чем-то, что сделало вас преступником или крутым убийцей. Подростки, думающие, что им хотелось бы выглядеть стильно, став печально известными, осознают, что это только навлечет позор на себя, свои семьи и всю свою страну. Трудно представить себе американского подростка,

дважды обдумавшего свой план расстрела школы, потому что это опозорило бы его семью. Он с большей вероятностью подумает о том, что его блестящий план обсуждается на NBC, особенно после того, как он отправит им медиа-пакет с классными фотографиями, на которых он держит оружие, как это сделал Чо.

Другая медиа-тенденция нашего времени, которую можно подавить или, по крайней мере, изменить, — это реалити-шоу. Подумайте, что смотрят сегодняшние подростки и подростки: в основном реалити-шоу, от «Американского идола» до «Моих супер сладких 16» и «Адской кухни». Многие из этих шоу основаны на драме, созданной эгоцентричными персонажами, ведущими конфронтационное поведение и/или самовозвеличивание. Как показало исследование Дрю Пински, звезды реалити-шоу были самыми самовлюбленными из всех знаменитостей. Во многом реалити-шоу представляет собой поверхностное и патологизированное изображение человеческой природы, представленное как «реальность» и усугубленное славой и богатством, достигнутыми многими «звездами» этих шоу. Реалити-шоу явно никуда не денется, но сдвиг шоу от нарциссизма к чему-то более зрелому мог бы помочь. Вместо конкурсов, сулящих славу, как насчет конкурсов, награждающих команду, которая сможет разработать самый экологически чистый автомобиль, или тех, кто придумает лучший волонтерский план помощи жертвам наводнения? Что касается реалити-шоу, посвященных «кусочкам жизни», то в бедных семьях и семьях среднего класса, изо всех сил пытающихся каждый месяц оплачивать счета, есть много драмы - это было бы реалити-шоу, намного более близкое к реальности и все равно удовлетворяющее требованиям жанра по вглядыванию в жизнь людей. . Наблюдать за тем, как обычные семьи решают, могут ли они позволить себе хороший детский сад или лучший колледж для своих детей, гораздо драматичнее, чем смотреть, как богатые дети жалуются, что им досталась машина за 50 000 долларов вместо машины за 100 000 долларов – и это позволит семьям узнать, как много людей борются с теми же проблемами, что и они.

Некоторые противоядия от нарциссизма уже показывают по телевидению. В «Отчете Кольбера» изображен юмористический самовлюбленный ведущий, который пытается украсть аплодисменты аудитории у своих гостей и изобретает новые слова, чтобы изменить реальность в соответствии со своими собственными планами. «Южный парк» показал пародию на Пэрис Хилтон, в которой родителям прямо предлагалось научить своих детей восхищаться лучшими образцами для подражания. (Одна из девушек в этом эпизоде покупает одобренную Хилтон игрушку под названием «Видеоигровой набор для глупой испорченной шлюхи», которая содержит «фильтр ночного видения, фальшивые деньги, сотовый телефон для теряния и 16 порций экстази!») Сериал для детей помладше, «Классный мюзикл 2», пародировал Пэрис Хилтон и ей подобных через Шарпей, которая носит с собой маленькую собачку и планирует увести парня у хорошей девушки. Подростки, которые смотрят это, вероятно, понимают суть, но дети от 3 до 11

лет, которые являются основной аудиторией фильма, – нет. Прямое заявление о негативных последствиях нарциссизма необходимо, чтобы дети младшего возраста поняли эту идею.

Интернет

К лучшему или к худшему, но такие сайты, как YouTube, убирают руководителей СМИ и позволяют вам «транслировать себя». Положительным моментом является то, что мы можем посмотреть старые клипы с Ван Моррисоном или Стэнфордским тюремным экспериментом; Обратной стороной является то, что тысячи людей стремятся получить свои 15 секунд славы, переходя улицу, как гусеница, позволяя своей собаке водить внедорожник или, что гораздо хуже, избивая слабых в классе, чтобы все могли увидеть, насколько сильны они и их друзья. Чрезвычайно популярные сайты социальных сетей, такие как Facebook и MySpace, имеют те же проблемы: популярность связана с саморекламой. Эти сайты не исчезнут. Мы надеемся, что благодаря информированию людей об эпидемии нарциссизма самые прозрачные попытки привлечь внимание в Интернете будут игнорироваться, а их частота снизится. Но для YouTube мало пользы от удаления видео с избиениями подростков, когда их транслирует сетевое телевидение. Лучший подход — игнорировать этот тип поиска внимания — сразу после ареста преступников, потому что вы можете опознать их по видео, которое они так глупо сняли.

Также важно информировать молодых людей и даже пожилых людей, которым следует лучше знать, о недостатках взаимодействия в Интернете. Ваши друзья могут подумать, что ваши фотографии с вечеринок на выходных очень крутые, но ваши потенциальные работодатели – нет. Генеральный директор Whole Foods думал, что помогает своей компании, якобы анонимно размещая сообщения на досках объявлений, пока его не поймали и он не стал выглядеть полным дураком. Возможно, когда люди осознают цену саморекламы в Интернете, некоторые виды нарциссического поведения и постов уменьшатся, а количество более вкусных, интересных или дружелюбных сообщений увеличится.

По мере того, как поколение, открывшее MySpace и Facebook, достигнет 20-летнего возраста, их страницы могут стать не столько о коже и популярности, сколько о причинах и идеях. Если двадцатилетние изменят стандарты крутости на сайтах социальных сетей, дружа и комментируя сайты, которые заставляют задуматься или улучшают общество, возможно, подростки последуют их примеру.

Кредитно-экономическая политика

Американское общество активно пропагандирует жизнь не по средствам. Вы хотите казаться богаче, круче или успешнее, чем вы есть? Первые 12 месяцев выплат нет! В результате страна полна людей с огромными долгами за товары, стоимость которых снижается в момент их покупки. Этот потребительский разгул усугубляется культурным акцентом на саморекламу.

Постарайтесь выйти за пределы поверхностных атрибутов успеха и больше судить о людях по их характеру, навыкам и вкладу в общество. Крах рынков недвижимости и ипотечного кредитования в 2007–2008 годах может иметь некоторый положительный эффект в долгосрочной перспективе, заставляя вкладчиков и ипотечные кредиты с фиксированной процентной ставкой снова остыть, но очень жаль, что этот урок потребовал столько боли и страданий.

Самая большая проблема заключается в том, что политика правительства США вознаграждает людей, которые влезают в долги и тратят, и наказывает тех, кто экономит. Если вы одолжите миллион долларов, чтобы купить МакОсобняк, используя ипотеку с выплатой только процентов, вы сможете вычесть всю сумму из своего налогооблагаемого дохода. Если вместо этого вы решите откладывать тысячу долларов в месяц, чтобы иметь возможность платить наличными за этот МакОсобняк, правительство облагает налогом проценты по этим сбережениям. Оно также облагало налогом деньги, когда вы впервые их заработали. Короче говоря, правительство платит американцам за то, чтобы они шли на значительный финансовый риск и жили не по средствам.

В более общем смысле, правительство облагает налогом сбережения, но не расходы. Если вы покупаете новый автомобиль, вы платите нулевой федеральный налог (только местный налог с продаж). Федеральное правительство не ставит никаких препятствий между вами и покупкой автомобиля. Если вместо этого вы положите 30 000 долларов в банк, вы будете облагаться налогом на свои проценты, хотя эти проценты в основном компенсируют инфляцию. При нынешних низких процентных ставках, если вы кладете деньги на стандартный сберегательный счет, вы фактически *теряете* деньги в реальном выражении каждый год в результате инфляции и налогов. Неудивительно, что люди не экономят.

Одно из важных решений — прекратить облагать налогом сбережения, прекратить платить людям за то, что они влезают в долги, и начать облагать налогом потребление. Этот налоговый план, названный сторонниками «справедливым налогом», предполагает замену подоходного налога национальным налогом с продаж. Большинство предложений допускают некоторое необлагаемое налогом потребление, чтобы гарантировать, что люди с низкими доходами не будут облагаться несправедливым налогом. Изменения в IRS (налоговое ведомство США – прим. пер.) – это непростая задача, но справедливый налог будет вознаграждать успех, а не наказывать его более высокими налогами. Налоги будут взиматься только тогда, когда вы потребляете товары. Будучи демократом с высоким налоговым вычетом по ипотечным кредитам, Джин сначала пыталась отговорить Кита от восхваления справедливого налога, но она пришла к выводу, что это один из немногих способов, с помощью которого американцы могут мгновенно стимулировать сбережения, а не расходы. По крайней мере, следует отменить подоходный налог со сберегательных счетов. Зачем наказывать за экономию? Это даже не

круто. Но в долгосрочной перспективе это выгодно, иначе говоря, это время, когда даже нарциссы жалеют, что не потратили свои деньги на BMW.

Конгресс сделал относительно мало для регулирования индустрии кредитных карт. Одно простое изменение может иметь большое значение: не давайте кредитные карты людям, которые не могут позволить себе за них расплатиться. На данный момент люди с низким доходом и студенты с небольшим доходом или вообще без него могут легко получить кредитные карты с довольно высокими лимитами. Кроме того, регулирующие органы должны объявить вне закона самые рискованные ипотечные кредиты, такие как отрицательная амортизация (когда вы должны больше за дом позже) и кредиты «лжеца» без документов (которые позволяют людям получать ипотечные кредиты без каких-либо доказательств дохода). Также должно быть определенное регулирование более рискованных кредитов, таких как кредиты с регулируемой процентной ставкой. Эти виды кредитов приводят к тому, что финансово безответственная сторона покупает хороший дом, в то время как финансово ответственная семья, которая хочет 30-летнюю гарантию, не может себе этого позволить. Это нормально, когда у людей есть выбор, кроме фиксированного срока на 30 лет, но никто не должен иметь возможность получить ипотеку без какого-либо подтверждения дохода. Очевидно, что необходимо усиление регулирования ипотечного кредитования, поскольку рискованные кредиты очень привлекательны в краткосрочной перспективе: покупатель получает дом, а кредитор зарабатывает деньги. В долгосрочной перспективе они причиняют вред всем. Сами банки начали ужесточать стандарты в 2007 году, но необходим больший надзор. Всегда найдется какая-нибудь маленькая компания, готовая пойти на большой риск, чтобы быстро заработать деньги.

Даже если Конгресс бездействует, более мелкие учреждения все равно могут изменить ситуацию. Колледжи должны сократить рекламу кредитных карт на территории кампуса. Студенты колледжей становятся легкой добычей соблазна кредитной линии, и многие из них бросают учебу, когда не могут оплатить свои счета. Церкви и фонды могли бы предоставлять краткосрочные кредиты, чтобы людям, которым не хватает нескольких сотен долларов, не приходилось платить непомерные процентные ставки по кредитам до зарплаты. Финансовую грамотность следует преподавать в школах; возможно, это самый полезный урок, который ученики когда-либо посещали в старшей школе. Родители также могут обучать этим принципам дома, начиная с довольно раннего возраста. Одна программа под названием Share Save Spend учит детей формировать здоровые финансовые привычки. Используя инструменты программы, родители и дети могут начать обсуждение таких тем, как «Когда покупать вещи на распродаже — хорошая идея? Когда это плохая идея?» «Что такое процентная ставка?» «Когда вы покупали что-то потому, что кто-то другой считал, что вам следует это сделать?» и «Сколько стоит отпуск?» Он также поощряет обмен деньгами и благотворительность с помощью таких вопросов, как «Как вы себя чувствуете, делясь деньгами с другими?» и «Легче ли вам назвать свой

любимый магазин, чем любимую благотворительную организацию? Почему да или почему нет?»

Самая важная цель должна заключаться в том, чтобы отойти от нарциссической идеи о том, что мы заслуживаем всего, чего хотим, и нам не нужно ждать, чтобы получить это. Американцы слишком привыкли комфортно жить в фантазиях о бесконечных долгах. Реальность всегда рано или поздно вторгается, и когда это происходит, ее гнев быстр и окончателен.

А ЕСЛИ НЕТ...

У нас как у общества есть шанс замедлить эпидемию нарциссизма, если мы научимся его выявлять, минимизировать силы, которые его поддерживают и передают, и лечить. Если мы не хотим вносить эти изменения, реальность в конечном итоге *всегда побеждает*. Единственный вопрос заключается в том, сколько времени пройдет, прежде чем наша нация поддастся натиску нарциссизма.

Экономические основы Соединённых Штатов уже дают трещину из-за банкротства многих крупных компаний и финансовых институтов и правительственной помощи другим. Но фантазия сохраняется и в других областях: многие американцы по-прежнему склонны к самолюбованию, привлечению внимания и привлекательному внешнему виду. Многие люди до сих пор покупают много вещей и кладут их на свои кредитные карты. Если так будет продолжаться, будет нанесен огромный ущерб окружающей среде, поскольку все больше людей чувствуют, что имеют право на все, что они хотят, а глобальное потепление стремительно ускоряется. Наша социальная ткань разорвется под тяжестью эгоизма и невежливости. Китайцы будут есть наш обед экономно, поскольку нарциссические американские потребители впадают в постоянные долги, а уполномоченные сотрудники требуют больше денег за меньшую работу.

Мы надеемся, что не произойдет такого драматического кризиса, вызванного нарциссизмом. Ради наших детей мы надеемся, что мы ошибаемся. Мы надеемся, что люди изменят свой нарциссический фокус без серьезного краха, и желаем быстрого выздоровления, если произойдет коллапс. Через несколько лет мы хотели бы написать книгу под названием «*Отступление нарциссизма и возрождение Америки*».

Библиография

Загружаемый PDF со ссылками на источники доступен на сайте www.narcissismepidemic.com.

Aalsma, M. C., Lapsley, D. K., and Flannery, D. J. (2006). Personal fables, narcissism, and adolescent adjustment. *Psychology in the Schools*, 43, 481–495.

Alwin, D. F. (1988). From obedience to autonomy: Changes in traits desired in children, 1924–78. *Public Opinion Quarterly* 52, 33–52.

Alwin, D. F. (1996). Changes in qualities valued in children in the United States, 1964–1984. *Social Science Research*, 18, 195–236.

Baer, R. A. (2003). Mindfulness training as a clinical intervention: A conceptual and empirical review. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10, 125–143.

Baumeister, R. F., and Vohs, K. D. (2001). Narcissism as addiction to esteem. *Psychological Inquiry*, 12, 206–210.

Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., and Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4, 1–44.

Baumeister, R. F., Smart, L., and Boden, J. M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: The dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103, 5–33.

Blair, C. A., Hoffman, B. J., and Helland, K. A. (in press). Narcissism in organizations: An empirical look at managerial integrity and effectiveness. *Human Performance*.

Bleske-Rechek, A., Remiker, M. W., and Baker, J. P. (2008). Narcissistic men and women think they are so hot—But they are not. *Personality and Individual Differences*, 45, 420–424.

Blickle, G., Schlegel, A., Fassbender, P., and Klein, U. (2006). Some personality correlates of business white-collar crime. *Applied Psychology: An International Review*, 55, 220–233.

Boden, J. M., Fergusson, D. M., and Horwood, L. J. (2007). Self-esteem and violence: Testing links between adolescent self-esteem and later hostility and violent behavior. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 42, 881–891.

Boden, J. M., Fergusson, D. M., and Horwood, L. J. (2008). Does adolescent self-esteem predict later life outcomes? A test of the causal role of self-esteem. *Development and Psychopathology*, 20, 319–339.

Bosson, J. K., Lakey, C. E., Campbell, W. K., Zeigler-Hill, V., Jordan, C. H., and Kernis, M. H. (2008). Untangling the links between narcissism and self-esteem: A theoretical and empirical review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2, 1415–1439.

Brunell, A. B., Gentry, W. A., Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Kuhnert, K. W., and Demarree, K. G. (in press). Leader emergence: The case of the narcissistic leader. *Personality and Social Psychology Bulletin*.

Buffardi, L. E., and Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking websites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303–1314.

Bushman, B. J., and Baumeister, R. F. (1998). Threatened egotism, narcissism, self-esteem, and direct and displaced aggression: Does self-love or self-hate lead to violence? *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 219–229.

Bushman, B. J., Baumeister, R. F., Thomaes, S., Ryu, E., Begeer, S., and West, S. G. (in press). Looking again, and harder, for a link between low self-esteem and aggression. *Journal of Personality*.

Bushman, B. J., Bonacci, A. M., Van Dijk, M., and Baumeister, R. F. (2003). Narcissism, sexual refusal, and aggression: Testing a narcissistic reactance model of sexual coercion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84,

1027–1040.

Buss, D. M., and Chiodo, L. M. (1991). Narcissistic acts in everyday life. *Journal of Personality*, 59, 179–215.

Butz, D. A., Plant, E. A., and Doerr, C. E. (2007). Liberty and justice for all? Implications of exposure to the U.S. flag for intergroup relations. *Personality and Social Psychological Bulletin*, 33, 396–408.

Cain N. M., Pincus, A. L., and Ansell, E. B. (2008). Narcissism at the crossroads: Phenotypic description of pathological narcissism across clinical theory, social/personality psychology, and psychiatric diagnosis. *Clinical Psychology Review*, 28, 638–656.

Campbell, W. K. (1999). Narcissism and romantic attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1254–1270.

Campbell, W. K., and Baumeister, R. F. (2001). Is loving the self necessary for loving another? An examination of identity and intimacy. In M. Clark and G. Fletcher (Eds.), *Blackwell handbook of social psychology (Vol. 2): Interpersonal Processes*. (pp. 437–456). London: Blackwell.

Campbell, W. K., Bonacci, A. M., Shelton, J., Exline, J. J., and Bushman, B. J. (2004). Psychological entitlement: Interpersonal consequences and validation of a new self-report measure. *Journal of Personality Assessment*, 83, 29–45.

Campbell, W. K., Bosson, J. K., Goheen, T. W., Lakey, C. E., and Kernis, M. H. (2007). Do narcissists dislike themselves “deep down inside”? *Psychological Science*, 18, 227–229.

Campbell, W. K., and Buffardi, L. E. (2008). The lure of the noisy ego: Narcissism as a social trap. In J. Bauer & H. Wayment (Eds.), *Transcending self-interest: Psychological explorations of the quiet ego*. Washington, D.C.: American Psychological Association.

Campbell, W. K., Bush, C. P., Brunell, A. B., and Shelton, J. (2005). Understanding the social costs of narcissism: The case of tragedy of the

- commons. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 1358–1368.
- Campbell, W. K., and Campbell, S. M. (in press). On the self-regulatory dynamics created by the peculiar benefits and costs of narcissism: A contextual reinforcement model and examination of leadership. *Self and Identity*.
- Campbell, W. K., and Foster, C. A. (2002). Narcissism and commitment in romantic relationships: An Investment Model analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 484–495.
- Campbell, W. K., Foster, C. A., and Finkel, E. J. (2002). Does self-love lead to love for others? A story of narcissistic game playing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 340–354.
- Campbell, W. K., and Foster, J. D. (2007). The narcissistic self: Background, an extended agency model, and ongoing controversies. In C. Sedikides and S. Spencer (Eds.), *Frontiers in social psychology: The self* (pp. 115–138). Philadelphia: Psychology Press.
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., and Foster, J. D. (2004). Narcissism, confidence, and risk attitude. *Journal of Behavioral Decision Making*, 17, 297–311.
- Campbell, W. K., Reeder, G. D., Sedikides, C., and Elliot, A. J. (2000). Narcissism and comparative self-enhancement strategies. *Journal of Research in Personality*, 34, 329–347.
- Campbell, W. K., Rudich, E., and Sedikides, C. (2002). Narcissism, self-esteem, and the positivity of self-views: Two portraits of self-love. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 358–368.
- Campbell, W. K., Sedikides, C., Reeder, G. D., and Elliot, A. J. (2000). Among friends? An examination of friendship and the self-serving bias. *British Journal of Social Psychology*, 39, 229–239.
- Carroll, L. (1987). A study of narcissism, affiliation, intimacy, and power motives among students in business administration. *Psychological Reports*,

61, 355–358.

Cassin, S. E., and von Ranson, K. M. (2005). Personality and eating disorders: A decade in review. *Clinical Psychology Review*, 25, 895–916.

Chatterjee, A., and Hambrick, D. C. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. *Administrative Science Quarterly*, 52, 351–386.

Cho, G. E., Sandel, T. L., Miller, P. J., and Wang, S. (2005). What do grandmothers think about self-esteem? American and Taiwanese folk theories revisited. *Social Development*, 14, 701–721.

Crockett, R. J., Pruzinsky, T., and Persing, J. A. (2007). The influence of plastic surgery “reality TV” on cosmetic surgery patient expectations and decision making. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 120, 316–324.

Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., Moffitt, T. E., and Caspi, A. (2005). Low self-esteem is related to aggression, antisocial behavior, and delinquency. *Psychological Science*, 16, 328–335.

Dorsey, E. R., Jarjoura, D., and Rutecki, G. W. (2003). Influence of controllable lifestyle on recent trends in specialty choice by US medical students. *Journal of the American Medical Association*, 290, 1173–1178.

Downey, G., and Feldman, S. I. (1996). Implications of rejection sensitivity for intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 1327–1343.

Emmons, R. A. (1984). Factor analysis and construct validity of the narcissistic personality inventory. *Journal of Personality Assessment*, 48, 291–300.

Emmons, R. A., and McCullough, M. E. (2003). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective wellbeing in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 377–389.

Exline, J. J., Baumeister, R. F., Bushman, B. J., Campbell, W. K., and Finkel, E. J. (2004). Too proud to let go: Narcissistic entitlement as a barrier to

forgiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 894–912.

Forsyth, D. R., Kerr, N. A., Burnette, J. L., and Baumeister, R. F. (2007). Attempting to improve the academic performance of struggling college students by bolstering their self-esteem: An intervention that backfired. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 26, 447–459.

Foster, J. D., and Campbell, W. K. (2007). Are there such things as “narcissists” in social psychology? A taxometric analysis of the Narcissistic Personality Inventory. *Personality and Individual Differences*, 43, 1321–1332.

Foster, J. D., Campbell, W. K., and Twenge, J. M. (2003). Individual differences in narcissism: Inflated self-views across the lifespan and around the world. *Journal of Research in Personality*, 37, 469–486.

Foster, J. D., Shrira, I., and Campbell, W. K. (2006). Theoretical models of narcissism, sexuality, and relationship commitment. *Journal of Social and Personal Relationships*, 23, 367–386.

Foster, J. D., and Trimm IV, R. F. (2008). On being eager and uninhibited: Narcissism and approach-avoidance motivation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1004–1017.

Gabriel, M. T., Critelli, J. W., and Ee, J. S. (1994). Narcissistic illusions in selfevaluations of intelligence and attractiveness. *Journal of Personality*, 62, 143–155.

Heatherton, T. F., and Vohs, K. D. (2000). Interpersonal evaluations following threats to self: Role of self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 725–736.

Heine, S. J., Lehman, D. R., Markus, H. R., and Kitayama, S. (1999). Is there a universal need for positive self-regard? *Psychological Review*, 106, 766–794.

Horton, R. S., Bleau, G., and Drwecki, B. (2006). Parenting narcissus: What are the links between parenting and narcissism? *Journal of Personality*, 74, 345–

Johnson, J. G., Cohen, P., Brown, J., Smailes, E., and Bernstein, D. (1999).

Childhood maltreatment increases risk for personality disorders during young adulthood: Findings of a community-based longitudinal study.

Archives of General Psychiatry, 56, 600–606.

Joiner, T. E., and Metalsky, G. I. (1995). A prospective test of an integrative interpersonal theory of depression: A naturalistic study of college

roommates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 778–788.

Judge, T. A., LePine, J. A., and Rich, B. L. (2006). Loving yourself abundantly:

Relationship of the narcissistic personality to self—and other perceptions of workplace deviance, leadership, and task and contextual performance.

Journal of Applied Psychology, 91, 762–776.

Kaplan, L. S. (1995). Self-esteem is not our national wonder drug. *School*

Counselor, 42, 341–345.

Kasser, T., and Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream:

Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280–287.

Kim, H., and Markus, H. R. (1999). Deviance or uniqueness, harmony or conformity? A cultural analysis. *Journal of Personality and Social*

Psychology, 77, 785–800.

Kitayama, S., Markus, H. R., Matsumoto, H., and Norasakkunkit, V. (1997).

Individual and collective processes in the construction of the self:

Selfenhancement

in the United States and self-criticism in Japan. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 72, 1245–1267.

Knee, C. R., and Zuckerman, M. (1996). Casualty orientations and the

disappearance of the self-serving bias. *Journal of Research in Personality*, 30, 76–87.

Knee, C. R., and Zuckerman, M. (1998). A nondefensive personality: Autonomy

and control as moderators of defensive coping and self-handicapping.

Journal of Research in Personality, 32, 115–130.

Konrath, S., Bushman, B. J., and Campbell, W. K. (2006). Attenuating the link between threatened egotism and aggression. *Psychological Science*, 17, 995–1001.

Kwan, V. S. Y., Kuang, L. L., and Zhao, B. (2008). In search for optimal ego: When self-enhancement bias helps and hurts adjustment. In H. Wayment & J. Bauer (Eds.), *Transcending Self-Interest: Psychological explorations of the quiet ego*. Washington, D.C.: American Psychological Association.

Lakey, C. E., Rose, P., Campbell, W. K., and Goodie, A. S. (2008). Probing the link between narcissism and gambling: The mediating role of judgment and decision-making biases. *Journal of Behavioral Decision Making*, 21, 113–137.

Lucas, A. R., Beard, C. M., O'Fallon, W. M., and Kurland, L. T. (1991). 50-year trends in the incidence of anorexia nervosa in Rochester, Minn.: A population-based study. *American Journal of Psychiatry*, 148, 917–922.

Markus, H. R., and Kitayama, S. (1994). A collective fear for the collective: Implications for selves and theories of selves. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 568–579.

Mattia, J. I., and Zimmerman, M. (2001). Epidemiology. In W. J. Livesley (Ed.), *Handbook of personality disorders: Theory, research, and treatment* (pp. 107–123). New York: Guilford.

Menon, M., Tobin, D. D., Corby, B. C., Menon, M., Hodges, E. V. E., and Perry, D. G. (2007). The developmental costs of high self-esteem for antisocial children. *Child Development*, 78, 1627–1639.

Miller, J. D., and Campbell, W. K. (2008). Comparing clinical and socialpersonality

conceptualizations of narcissism. *Journal of Personality*, 76, 449–476.

- Miller, J. D., Campbell, W. K., and Pilkonis, P. A. (2007). Narcissistic Personality Disorder: Relations with distress and functional impairment. *Comprehensive Psychiatry*, 170–177.
- Miller, J. D., Campbell, W. K., Young, D. L., Lakey, C. E., Reidy, D. E., Zeichner, A., and Goodie, A. S. (in press). Examining the relations among narcissism, impulsivity, and self-defeating behaviors. *Journal of Personality*.
- Morf, C. C., and Rhodewalt, F. (2001). Unraveling the paradoxes of narcissism: A dynamic self-regulatory processing model. *Psychological Inquiry*, 12, 177–196.
- Murray, S. L. (2005). Regulating the risks of closeness: A relationship-specific sense of felt security. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 74–78.
- Murray, S. L., Holmes, J. G., and Griffin, D. W. (1996). The benefit of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 79–98.
- Murray, S. L., Rose, P., Bellavia, G., Holmes, J. G., and Kusche, A. (2002). When rejection stings: How self-esteem constrains relationship-enhancement processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 556–573.
- Nasser, M. (1988). Eating disorders: The cultural dimension. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 23, 184–187.
- Nathanson, C., Paulhus, D. L., and Williams, K. M. (2006). Predictors of a behavioral measure of scholastic cheating: Personality and competence but not demographics. *Contemporary Educational Psychology*, 31, 97–122.
- Neff, K. D., Hsieh, Y., and Dejitthirat, K. (2005). Self-compassion, achievement goals, and coping with academic failure. *Self and Identity*, 4, 263–287.
- Neff, K. D., Rude, S. S., and Kirkpatrick, K. (2007). An examination of selfcompassion in relation to positive psychological functioning and personality traits. *Journal of Research in Personality*, 41, 908–916.

- Newsom, C. R., Archer, R. P., Trumbetta, S., and Gottesman, I. I. (2003). Changes in adolescent response patterns on the MMPI/MMPI-A across four decades. *Journal of Personality Assessment*, 81, 74–84.
- Ogden, C. L., Fryar, C. D., Carroll, M. D., and Flegal, K. M. (2004). Mean Body Weight, Height, and Body Mass Index, United States 1960–2002. *Advance Data from Vital and Health Statistics*, 347, October 27, 2004.
- Otway, L. J., and Vignoles, V. L. (2006). Narcissism and childhood recollections: A quantitative test of psychoanalytic predictions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 104–116.
- Overbeck, J. R., Correll, J., and Park, B. (2005) Internal status sorting in groups: The problem of too many stars. *Research on Managing Groups and Teams*, 7, 171–202.
- Paulhus, D. L. (1998). Interpersonal and intrapsychic adaptiveness of trait selfenhancement: A mixed blessing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1197–1208.
- Paulhus, D. L., and Harms, P. D. (2004). Measuring cognitive ability with the overclaiming technique. *Intelligence*, 32, 297–314.
- Paulhus, D. L., Harms, P. D., Bruce, M. N., and Lysy, D. C. (2003). The overclaiming technique: Measuring self-enhancement independent of ability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 890–904.
- Polak, E., and McCullough, M. E. (2006). Is gratitude an alternative to materialism? *Journal of Happiness Studies*, 7, 343–360.
- Raskin, R. N. (1980). Narcissism and creativity: Are they related? *Psychological Reports*, 46, 55–60.
- Raskin, R. N., and Hall, C. S. (1979). A narcissistic personality inventory. *Psychological Reports*, 45, 590.
- Raskin, R. N., and Hall, C. S. (1981). The narcissistic personality inventory: Alternate form reliability and further evidence of construct validity. *Journal*

of *Personality Assessment*, 45, 159–162.

Raskin, R. N., and Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 890–902.

Reynolds, J., Stewart, M., MacDonald, R., and Sischo, L. (2006). Have adolescents become too ambitious? High school seniors' educational and occupational plans, 1976 to 2000. *Social Problems*, 53, 186–206.

Rhodewalt, F., and Morf, C. C. (1996). On self-aggrandizement and anger: A temporal analysis of narcissism and affective reactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 672–685.

Roberts, B. W., and Helson, R. (1997). Changes in culture, changes in personality: The influence of individualism in a longitudinal study of women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 641–651.

Robins, R. W., and Beer, J. S. (2001). Positive illusions about the self: Shortterm benefits and long-term costs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 340–352.

Robins, R. W., and John, O. P. (1997). Effects of visual perspective and narcissism on self-perception: Is seeing believing? *Psychological Science*, 8, 37–42.

Rose, P. (2007). Mediators of the association between narcissism and compulsive buying: The roles of materialism and impulse control. *Psychology of Addictive Behaviors*, 21, 576–581.

Rusbult, C. E., Verette, J., Whitney, G. A., Slovik, L. F., and Lipkus, I. (1991). Accommodation processes in close relationships: Theory and preliminary empirical evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 53–78.

Russ, E., Shedler, J., Bradley, R., and Westen, D. (2008). Refining the construct of narcissistic personality disorder: Diagnostic criteria and subtypes. *American Journal of Psychiatry*, 165, 1473–1482.

Sedikides, C., Campbell, W. K., Reeder, G. D., and Elliot, A. J. (1998). The self-serving

bias in relational context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 378–386.

Sprecher, S., and Regan, P. C. (1998). Passionate and companionate love in courting and young married couples. *Sociological Inquiry*, 68, 163–185.

Steiger, H., Jabalpurwala, S., Champagne, J., and Stotland, S. (1998). A controlled study of trait narcissism in anorexia and bulimia nervosa.

International Journal of Eating Disorders, 22, 173–178.

Stinson, F. S., Dawson, D. A., Goldstein, R. B., Chou, S. P., Huang, B., Smith, S. M., Ruan, W. J., Pulay, A. J., Saha, T. D., Pickering, R. P., and Grant, B. F.

(2008). Prevalence, correlates, disability, and comorbidity of DSM-IV

Narcissistic Personality Disorder: Results from the Wave 2 National

Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. *Journal of Clinical Psychiatry*, 69, 1033–1045.

Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., and Robins, R. W. (2008). Do today's young people really think they are so extraordinary? An examination of

secular trends in narcissism and self-enhancement. *Psychological Science*, 19, 181–188.

Twenge, J. M. (1997). Changes in masculine and feminine traits over time: A meta-analysis. *Sex Roles*, 36, 305–325.

Twenge, J. M. (2001). Birth cohort changes in extraversion: A cross-temporal meta-analysis, 1966–1993. *Personality and Individual Differences*, 30, 735–748.

Twenge, J. M. (2001). Changes in women's assertiveness in response to status and roles: A cross-temporal meta-analysis, 1931–1993. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 133–145.

Twenge, J. M. (in press). Birth cohort differences in the Monitoring the Future dataset: Further evidence for Generation Me. *Perspectives on Psychological*

Science.

Twenge, J. M., and Campbell, W. K. (2001). Age and birth cohort differences in self-esteem: A cross-temporal meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 321–344.

Twenge, J., and Campbell, W. K. (2003). “Isn’t it fun to get the respect that we’re going to deserve?” Narcissism, social rejection, and aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 261–272.

Twenge, J. M., and Campbell, W. K. (2008). Increases in positive self-views among high school students: Birth cohort changes in anticipated performance, self-satisfaction, self-liking, and self-competence. *Psychological Science*, 19, 1082–1086.

Twenge, J. M., and Foster, J. D. (2008). Mapping the scale of the narcissism epidemic: Increases in narcissism 2002–2007 within ethnic groups. *Journal of Research in Personality*, 42, 1619–1622.

Twenge, J. M., Konrath, S., Foster, J. D., Campbell, W. K., and Bushman, B. J. (2008). Egos inflating over time: A cross-temporal meta-analysis of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality*, 76, 875–901.

Vangelisti, A., Knapp, M. L., and Daly, J. A. (1990). Conversational narcissism. *Communication Monographs*, 57, 251–274.

Vazire, S., and Funder, D. C. (2006). Impulsivity and the self-defeating behavior of narcissists. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 154–165.

Vazire, S., Naumann, L. P., Rentfrow, P. J., and Gosling, S. D. (in press). Portrait of a narcissist: Manifestations of narcissism in physical appearance. *Journal of Research in Personality*.

Vohs, K. D., and Heatherton, T. F. (2001). Self-esteem and threats to self: Implications for self-construals and interpersonal perceptions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 1103–1118.

Wallace, H. M., and Baumeister, R. F. (2002). The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory. *Journal of Personality*

and Social Psychology, 82, 819–834.

Watson, P. J., Hood, R. W., Jr., and Morris, R. J. (1984). Religious orientation, humanistic values, and narcissism. *Review of Religious Research*, 25, 257–264.