**«Положительное влияние СМИ на нравственный выбор людей»**

*ГАПОУ «Альметьевский политехнический техникум», РТ г.Альметьевск*

*преподаватель истории, высшей квалификационной категории*

*Сафина Зульфия Миргарифановна*

Стремительный рост значения в повседневной жизни человека средств массовой информации открыл возможности мощного влияния на сознание и настроения людей. Уже в 1920-е гг. международное радиовещание стало важным инструментом политики, а к концу XX в. с созданием спутниковых систем телевещания, глобальных компьютерных сетей появились условия для интернационализации духовной жизни человечества. Сложился своеобразный мировой рынок идей, культурных ценностей, успех на котором обеспечивает как коммерческую выгоду, так и политическое влияние.

Повсеместное распространение радио и телевидения, рост грамотности населения большинства стран мира определили спрос на аудио-, видео- и печатную продукцию, рассчитанную на массового потребителя. Современная Россия как участница процесса интеграции не стала тому исключением.

Основной источник получения информации сегодня это СМИ. И согласно опросу, большая часть доверяет и обращается к таким источникам как телевидение и интернет.

Интернет дал возможность не только оперативно овладевать современной информацией, но и соприкоснуться с культурой других народов.

Если сравнить какие предпочтения отдавались в начале 90-х годов и сегодня, то явно проглядывается изменение во вкусах и интересах в обществе, ведь интернет и кино, как и бизнес, поставляет то, что востребовано потребителем. Вначале 90-х популяризация фильмов таких жанров как боевик, триллер дали свои плоды. Молодежь, которая столкнулась впервые с голливудскими фильмами, причем с массированным шквалом, стала подражать своим кинокумирам. При этом жестокость и насилие настолько вжились в обществе, что подобное поведение стало считаться у большинства нормой, как способ выживания.

Так обычно происходит в обществе, которое испытывало определенный информационный «голод». Когда резко человек получает доступ ко всему то, к сожалению, начинает свое любопытство с запретного. Наше общество тому не исключение.

Отечественная киноиндустрия в те времена не могла предложить своему зрителю какую-либо альтернативу, а сама, желая удержать его в стиле Голливуда, начинает штамповать фильмы массового характера.

К счастью, мы прошли эти годы и сегодня государство, понимая силу телевидения и его возможности, заинтересовано превратить его в очаг культуры. Я считаю это важным по ряду причин.

Во-первых, мы россияне всегда отличались особым менталитетом. Такие чувства как патриотизм, чувство самопожертвования, коллективизма, глубокое эмоциональное духовное переживание – вот что отличало нас всегда, не зависимо от национальной принадлежности. Например, в годы Великой Отечественной войны кинофильмы способствовали подъему морального духа советских граждан.

Сегодня российский кинематограф стал больше внимания уделять смысловым, проблемным, историческим фильмам. Поднимая проблемы общества, побуждают нас зрителей на их решение. Например, служба в армии, честность и порядочность во взаимоотношениях людей.

Во-вторых, мне бы хотелось рассказать о 2-х современных фильмах, которые взывают нас к памяти и к тому, чтобы мы помнили какое богатое историческое прошлое и настоящее мы имеем.

Одним из таких фильмов я считаю картину «Брестская крепость», после просмотра многие ребята 16-18 лет отзывались о ней однозначно – «сильная картина». Когда каждую секунду фильма переживаешь как за что-то свое близкое, когда на глазах подростков появляются слезы – я думаю, это и есть настоящее искусство, когда после таких фильмов подростки с большим уважением начинают относиться к ветеранам войны – это достижение самой высокой цели.

Конфликт отцов и детей – вечный конфликт. Порой кажется, что впереди нас ничего хорошего уже не ждет. Неоднократно просматривая фильм «Грозовые ворота» о войне на территории Чечни, я глубоко убеждена в том, что молодежь, которая росла на рассказах о войне, если надо будет - будет стоять до последнего.

В последнее время, модной стала тенденция съемки старых отечественных фильмов на новый манер. На мой взгляд, это отличный ход, способствующий возобновлению интереса к отечественным фильмам.

В-третьих, немаловажную роль в росте интереса к культурному наследию, в условиях дефицита чтения, играют экранизации литературных произведений русских писателей, лучшие ленты («Идиот» по мотивам романа Ф.М. Достоевского, режиссер В.В. Бортко 2003, «В круге первом» по роману Солженицына, режиссер Г.А. Панфилов 2006, и др.) собрали многомиллионную аудиторию.

В-четвертых, современные интеграционные процессы способствуют активному культурному обмену, преемственности. Но пугает одно – не слишком ли много мы перенимаем иностранного, сумеем ли сохранить свое отечественное. Ведь не зря говорят, что во всем должна быть мера.

В этом плане мне очень импонирует работа наших местных телеканалов, которые за последние годы осуществили много проектов по пропаганде отечественной культуры. К примеру, программы «Православный календарь» и «Год культуры» на телеканале «Пятница» под руководством телекомпании Альметьевск ТВ (филиал ОАО «Татмедиа»); на телеканале «Луч» телепередача «Жомга», которые предназначены освещать все культурные события юго-востока республики, примером является цикл передач об Альметьевском драматическом театре.

На данный момент, театром ставятся спектакли разных народов, тем самым показывая, что культура России складывается из многосторонних национальных особенностей, развивая мысль о толерантности и уважении к обычаям других народов.

Таким образом, мы видим, что СМИ нашего региона и города активно участвуют в агитации и пропаганде нравственности, рассматривают и способствуют решению таких важных проблем как:

1. Формирование нравственных ценностей общества;
2. Сохранение исторической памяти народа;
3. Популяризация культурного наследия, лучших образцов отечественной и мировой культуры;
4. Информирование населения о культурных событиях;
5. Освещение современных социальных проблем.

В-пятых, в последние годы на телевидении и в интернете стали популярными социальные ролики (социальная реклама). Социальная реклама — вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума. Наиболее известными примерами такой рекламы являются кампании по борьбе с наркотиками, соблюдению правил дорожного движения, пропаганда здорового образа жизни, охрана окружающей среды и другие.

СМИ называют «четвертой» властью по степени воздействия на общество, а потому хотелось и надеемся, что эта сила будет направлена, прежде всего, на сохранение и преумножение нашей культуры.