***Гламур как определяющий вектор развития общества, ориентированного на потребление материальных ценностей в ущерб духовному совершенствованию.***

Как часто, пестрою толпою окружен,

Когда передо мной, как будто бы сквозь сон,…

Мелькают образы бездушные людей,

 Приличьем стянутые маски.

М. Лермонтов

Гламур… Какое звучное слово, правда, заимствованное. В переводе с английского ‘glamour’ - «шарм», «очарование», «обаяние». А сколько синонимом можно подобрать в русском языке к благозвучному слову «очарование»: и восхищение, и обаяние, и обвораживание, и прелесть, и красота, и благолепие, и великолепие, и изящность. Но нет… В современном мире человеку приятны чужеземные слова. Да и не только слова. С приходом в наш мир демократии широко распахнулись врата России - матушки для всего чужеземного: слова, идеология, мода, бизнес. «Русь, куда ж несешься ты? дай ответ», - такой вопрос был задан Н.В. Гоголем в XIX веке. Сегодня уже XXI век, а мы всё безудержно рвёмся туда, на Запад. Неужели там лучше? Почему на смену духовному воспитанию, которое было неотъемлемым в царской России, пришло светское, ориентированное на материальное благополучие. Воочию наблюдаем духовное обеднение общества XXI века.

А что же послужило причиной тому, что на смену духовности, нравственности пришли шик, лоск, роскошь? Почему на Руси богатство семьи заключалось в детях, а теперь в количестве квартир, машин, в масштабности бизнеса. Наверное, главная причина состоит в том, что Россия долгие годы была разъединена с церковью, Богом. За это время изменились ориентиры и потребности общества. На первом плане у людей карьера, материальное благополучие, статус в обществе.

Очень печально осознавать, особенно нам, учителям, что дети отстраняются всё больше от художественных произведений, призванных преподавать уроки нравственности, добра, справедливости. А ведь сейчас как никогда не хватает нашему подрастающему поколению как раз таких уроков, примеров. Молодое поколение воспитывается не на произведениях устного народного творчества, шедеврах русской классики, а на новомодных блокбастерах, триллерах, глупых и развращающих передачах. На экранах телевизора, по радио дети, подростки видят и слышат подчас то, о чем порой неприлично упоминать. Но реклама, к сожалению, редко акцентирует внимание на нравственные ориентиры. Она не является «двигателем» в широкие массы таких понятий, как доброта, честность, порядочность, патриотизм, чувство долга, человеколюбие, скромность. Не в почёте в современном мире эти понятия. А может быть, и в почёте, но только не на этом акцентируют внимание средства массовой информации.

И только школа, учителя наперекор всем новым веяниям скурпулёзно сеют доброе, разумное, кропотливо пытаясь раскрыть всю прелесть милосердия, сочувствия, сострадания, скромности, бескорыстности, донести до юных созданий те вечные ценности, на которых зиждется мир. Ярким примером художественной литературы может послужить комедия Ж.Б. Мольера «Мещанин во дворянстве», где главный герой, господин Журден, принадлежащий к сословию мещан, пытается подражать дворянству, он целиком захвачен одной мечтой – стать дворянином. Возможность приблизиться к знатным людям – счастье для него, всё его честолюбие – в достижении сходства с ними, вся его жизнь – это стремление им подражать. Не правда ли, знакомая ситуация? Герои Мольера не утратили своей актуальности и в наше время.

И тут на память снова приходит заимствованное слово ‘glamour’ . Гламур выступает как символ внешней дороговизны и внутренней пустоты. СМИ и реклама беспрестанно навязывают образ человека успешного – значит человека красивого, человека материально обеспеченного; нравственные идеалы замещаются новыми законами «красивой жизни». Вот к этому образу, образу Журдена, и мечтает приблизиться молодое поколение. Перелистайте страницы комедии… «Чему смеетесь? Над собою смеетесь!» - как актуальны сегодня слова Н.В.Гоголя из комедии «Ревизор».

 «Мелькают образы бездушные людей». Хочется верить, что со временем «Россия вспрянет ото сна» и пойдёт своим путём, не опираясь на ориентиры других государств.