**Российские СМИ замалчивают информацию о тех, кто выступает против фильма «Матильда», и ведут открытую пропаганду фильма**

 В настоящий момент в нашей стране против фильма «Матильда» выступают уже сотни тысяч человек. Натальей Поклонской и Движением «Царский Крест» было собрано более 100 000 подписей под обращением к Президенту и Патриарху с требованием отмены проката кощунственного фильма.

Но что говорят в СМИ о возмущении людей по поводу выхода клеветнического фильма?

На протяжении последних 1,5 месяцев многими людьми осуществлялись неоднократные попытки разместить в разных СМИ российского и регионального уровня информацию о том, почему фильм «Матильда» представляет собой угрозу национальной безопасности России и направлен на духовное уничтожение нашей страны. Эта информация представляла собой интервью авторитетных представителей науки, профессионалов и общественных деятелей, выступающих против фильма; а также сообщения об исках в суд, заявлениях в разные органы государственной власти, включая Прокуратуру РФ и прокуратуры местного уровня, ФАС РФ и местного уровня, которые были направлены разными людьми в государственные инстанции России.

Что же СМИ? Большинство СМИ планомерно отказывались от размещения каких-либо материалов, которые касаются выступлений против фильма «Матильда», даже на коммерческой основе,

Приведём только несколько ярких примеров.

**Крупнейший информационный портал «Вести. Россия 24»**, узнав о том, что материалы статьи направлены против фильма и будут содержать ссылки на сайт Стопматильда.рф, сразу ответили, что такой материал они не размещают, так как это политика. На вопрос, почему это политика, когда фильм – это культура, никакого вразумительного ответа не последовало...

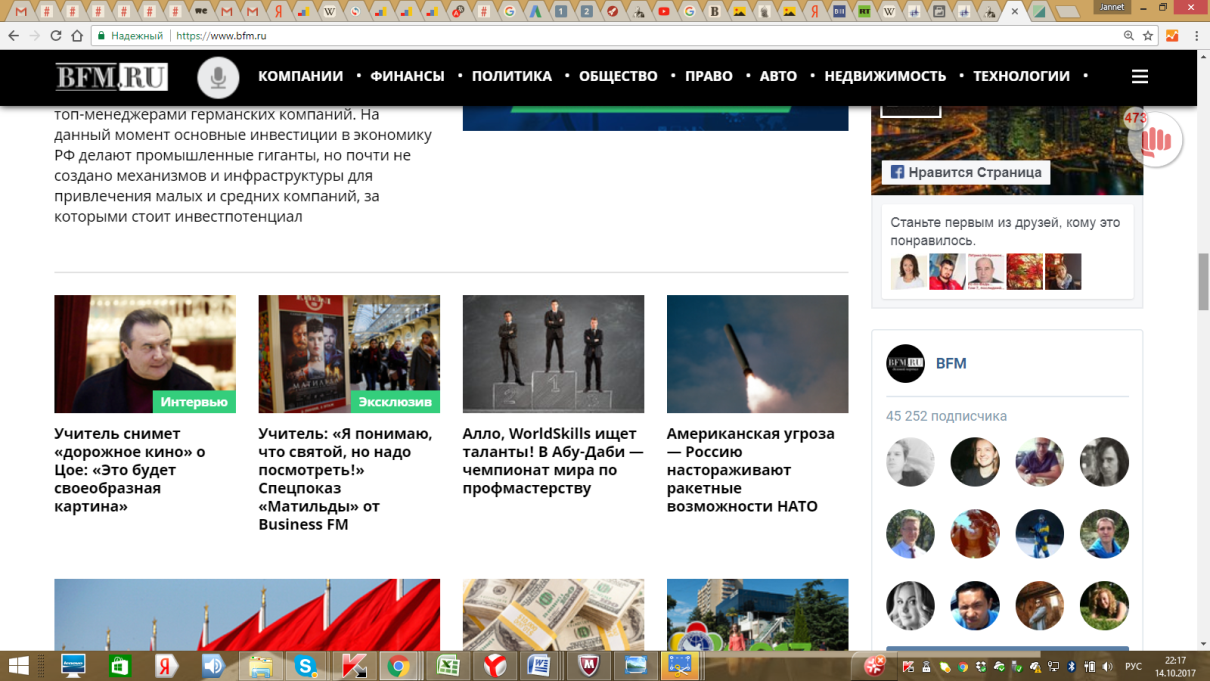
**Информационное агентство «РИА Новости»** предложили поместить информацию на коммерческой основе, но настолько в отдаленных страничках, что ее бы там практически никто не нашел.

**«Интерфакс»** ответил, что им такой материал не интересен ни на бесплатной, ни на коммерческой основе.

**«ТАСС»** – бесплатно не разместили, на коммерческой основе – долго расспрашивала все детали. Секретарь пообещала, что через 5 минут перезвонит менеджер. Но звонка так и не последовало.

**Информационный портал** "**Lenta.ru"** отказал в размещении информации об обращении граждан в ФАС по нарушениям в трейлерах и рекламных афишах к фильму "Матильда" с формулировкой "редакция отказала в публикации".

**Крупнейший Информационный портал «Росбалт»:** вначале договорились с менеджером о размещении на платной основе информации «Стопматильда» на первой странице, но после общения с руководством нам сказали, что разместят только маленькую строчку в ленте новостей (то есть опять таким образом, чтобы почти никто не увидел).

**«Яндекс-медиа»**, размещающая баннеры в интернете, отказала в рекламе с формулировкой "отсутствует объект рекламирования".

Другое подразделение Яндекса – **Система контекстной рекламы в поисковике Яндекс – Яндекс Директ**: на модерацию были поданы около 30 различных объявлений, включая историческую информацию о правлении Николая II. Объявления подавались в течение месяца со ссылками на сайт Стопматильда.рф. Объявления каждый раз не проходили модерацию с указанием причины: "не соответствует рекламной политике Яндекса. Более подробные объяснения не могут быть предоставлены".

**«Май таргет» – рекламная платформа Mail.Ru Group** отказала в рекламе не только акции "Стопматильда", но также общеисторической информации о правлении Николая II c формулировкой "Объявление и/или рекламируемый сайт не соответствуют внутренней рекламной политике компании Mail.Ru Group".

**В Ростове-на Дону** на самом крупном местном **телеканале «Телерадиокомпания Дон-ТР»** (дочерняя компания ВГТРК РОССИЯ 2) пытались договориться о создании и размещении небольшой 10-минутной программы, посвященной разъяснению, почему фильм «Матильда» является кощунственным и оскорбляет религиозные чувства людей. Были достигнуты договоренности с руководством канала в городе, но на последнем этапе из московского офиса канала пришел отказ с формулировкой, что они не хотят ввязываться в ситуацию вокруг фильма.

Похожая ситуация прослеживается в размещении наружной рекламы.

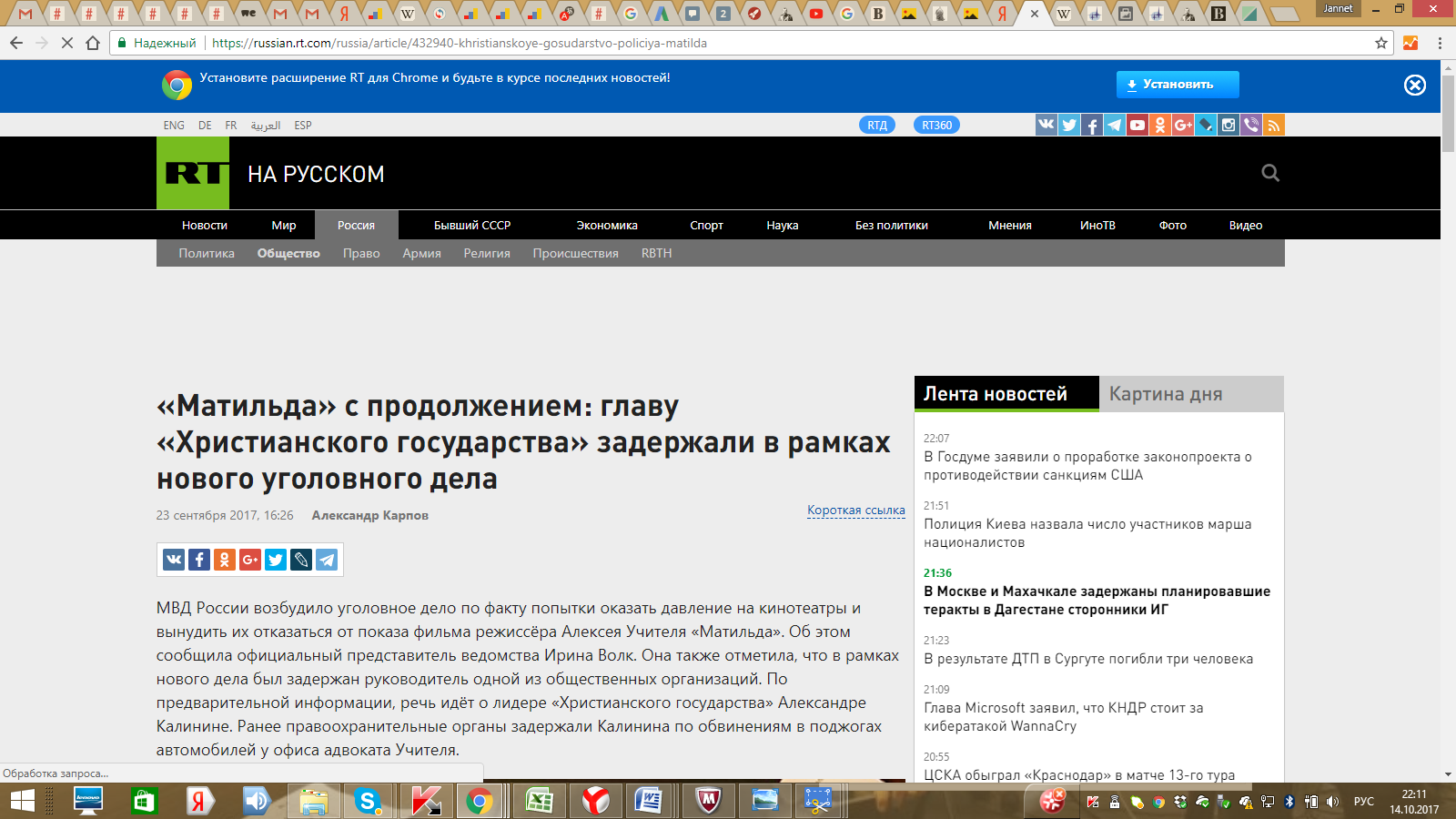
**В Санкт-Петербурге** отказались размещать баннеры наружной рекламы не только с сайтом Стопматильда.рф, но и с общеисторической информацией о Николае II почти все рекламные агентства города, не раскрывая причину отказа.

**В Омске рекламное агентство "Дизайнмастер"** отказалось размещать рекламные ролики наружной рекламы с акцией "Стопматильда", сказав, что такой макет не прошел согласования у юристов компании.

В социальных сетях: отказали в размещении **в 125 группах в социальной сети ВКонтакте г. Москвы**. Размещать посты с акцией "Стопматильда" отказались сразу, но согласились размещать историческую информацию о правлении Николая II. Договоренность с менеджерами была достигнута, но когда обратились за утверждением к начальству, то последовал отказ.

Это далеко не полный список случаев, где отказались размещать информацию по акции Стопматильда.

Что же тогда размещают СМИ? Какую информацию?

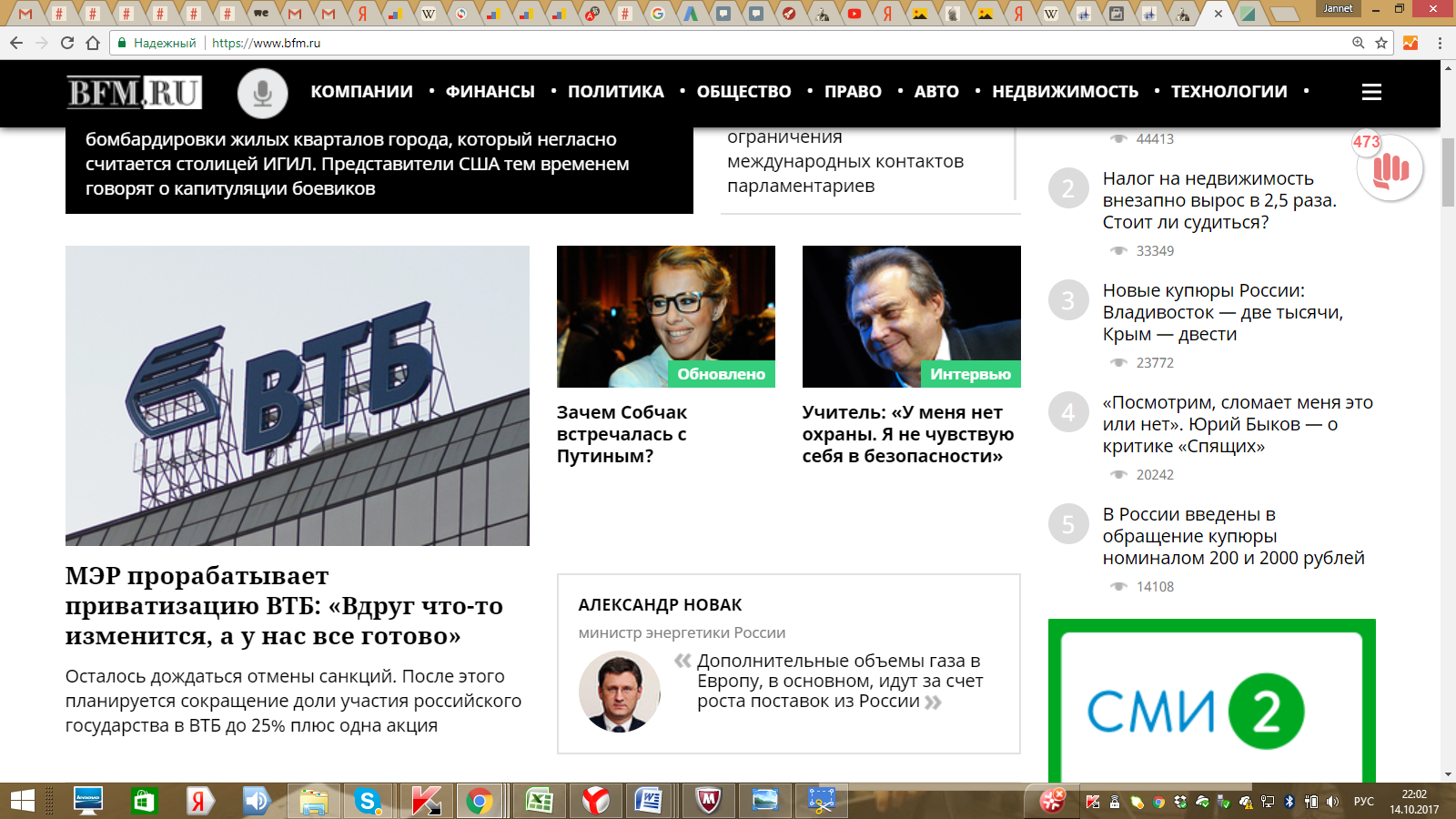
Крупнейшие СМИ России регулярно печатают интервью режиссёра фильма А. Учителя. Постоянно публикуются материалы о двух случаях экстремизма, которые случились за последние 2 месяца в связи с фильмом (поджог машин в Москве и въезд на грузовике в кинотеатр). Причем почти  каждый день публикуется информация о судьбе арестованного руководителя организации "Хритианское государство – святая Русь", который якобы являлся зачинщиком данных провокаций.

**То есть идет целенаправленная пропаганда, для того чтобы в массовом сознании сложилось впечатление, что все, кто выступают против фильма «Матильда», – это православные экстремисты, которые запугивают людей, нарушают закон. Ввели в оборот даже специальный термин "православный ИГИЛ" для пущего запугивания масс...**

По телевизору показывают ток-шоу, программы, где приглашаются вроде бы обе стороны: те, кто за, и те, кто против, но ведущий так ведет линию разговора, чтобы люди пришли к выводам, что необходимо осудить тех, то выступает против «Матильды», что нужно сначала посмотреть фильм, а потом его критиковать. Например, по такому сценарию было сделано ток-шоу "Прямой эфир" с известным ведущим А. Малаховым на канале Россия.

То, что против фильма выступает много людей, принадлежащих интеллигенции – профессиональных историков, общественных деятелей, – про это никто не говорит.

Также никто не говорит о том, что постоянно в органы государственной власти направляются жалобы и заявления от граждан РФ с просьбой отозвать прокатное удостоверение на фильм «Матильда»...

СМИ постоянно тиражируют и вбивают в массовое сознание в разнообразных вариантах основные аргументы тех, кто подвигает фильм «Матильда»: "Нельзя осуждать фильм, который не смотрели, вначале нужно посмотреть...", "Нужно остановить экстремизм и мракобесие", "Руки прочь от высокого искусства, свобода творчества превыше всего", "Поклонская сделала фильму лучшую рекламу, теперь все его пойдут смотреть" и т. д.

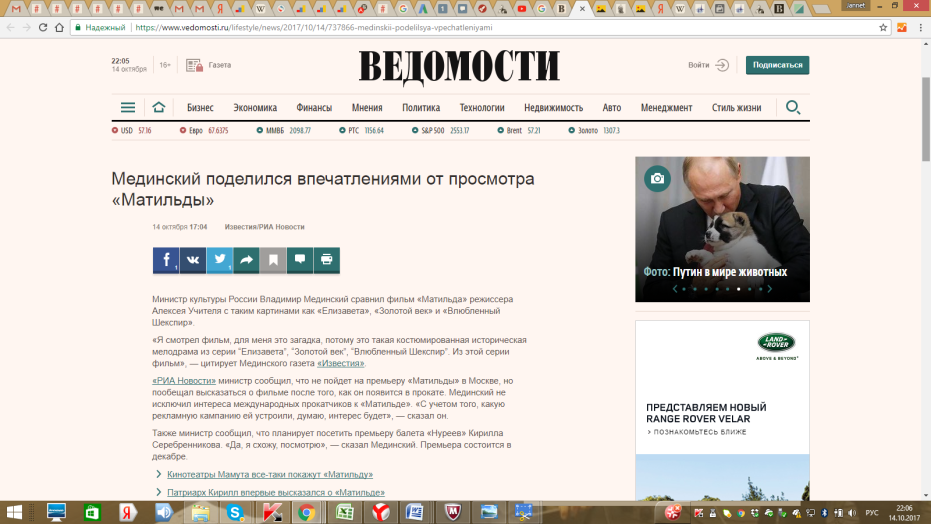
Несколько дней назад появилось новое агитационное направление. Стали публиковать интервью А. Учителя, где он говорит, что противоположная сторона частично победила, что каналы отказались показывать рекламу на его фильм и, что самое главное, хотелось бы, чтобы две крупные сети кинотеатров, которые до этого отказали показывать фильм, вернули его в прокат. И тут же появляется новость, что две сети кинотеатров вернули в прокат фильм. То есть создается образ того, что фильм «Матильда» притесняют, не дают рекламы и таким образом "давят" на общественное мнение, на государственные органы и потом добиваются своих целей.

**А в реальности всё происходит наоборот – безнравственный фильм «Матильда» пропагандируют, создают на него положительное общественное мнение (по сути, называя черное белым: низость, пошлость и осквернение святынь – свободою слова и творчества), а тех, кто выступает против, – замалчивают и создают им негативный образ.**

Развернута целая пропаганда в соцсетях и Youtube против Натальи Поклонской и других людей и организаций, выступающих против фильма. На них делаются пасквили, карикатуры, их называют сумасшедшими, царебожниками, сектантами и т. д. Понятно, что все ролики и посты – проплаченная кем-то компания...

То есть через все СМИ и интернет планомерно ведется пропаганда за фильм "Матильда", используя современные технологии влияния на сознание людей... На это тратятся огромные средства, исчисляемые миллионами рублей.

**Спросите себя: зачем бы велась такая компания, если бы это был просто обыкновенный фильм???**



P.S. На прямой линии с президентом В.В Путиным в июне 2017 года, в эфире, который смотрит вся страна, Алексей Учитель сидел в первом ряду, и он со своим компаньоном актером С. Безруковым два раза смог задать "срежиссированные" заранее вопросы президенту, смысл которых заключался в том, как несправедливо ущемляют фильм "Матильда" его оппоненты. Причем оппонентов на эфир, конечно, не позвали...

Напрашивается вопрос, какие могущественные покровители должны стоять за таким "патриотом", как А. Учитель (так режиссёра фильма назвал В.В. Путин на этой встрече), чтобы на прямой линии с Президентом сидеть в первом ряду и получить возможность задать несколько вопросов подряд? Редко кому из истинных патриотов России выпадает такая честь…

Евгения Правдина, Александр Гренков