

ИСТОЧНИКИ КУЛЬТУРЫ И ЦИВИЛИЗАЦИИ КАК ОРИЕНТИР В РЕКЛАМЕ

Чтобы Ad (vertising) не был ad om

С 10 по 15 сентября 2007 г. в Москве прошел Первый Всемирный рекламный форум « Ad for future, future for ad » (« Реклама для будущего , б удущее рекламы »). По словам мера столицы Ю.М. Лужкова, форум был задуман, как « крупнейшая площадка по обмену опытом между ведущими специалистами рекламной индустрии разных стран » .

На конференции «Реклама и культура. Диалог с деятелями культуры» Елена Зелинская, генеральный секретарь Совета ассоциаций медийной индустрии, подчеркнула, что деятели рекламной индустрии осознают , что реклама не только часть экономики, но и часть культуры.

Согласен с этим утверждением и сербский ученый Божидар Митрович, доктор юридических наук, научные открытия которого внесены в энциклопедический словарь биографий «Видные ученые-юристы России: вторая половина XX века» . Ученый на форуме уточнил:

«На основании моей книги «*Торговые знаки и Парижская конвенция*» в Москве в 1991 г. был организован международный семинар на тему: « Торговые знаки и маркетинг в СССР » . Книга и мой доклад на семинаре дали, как положительный, так и, возможно, отрицательный вклад в сегодняшнее состояние рекламной индустрии России. На этом форуме, я хотел бы используя мою новую книгу

«*РасСия (КолоВения) – древнейшая цивилизация*», которая продается в книжных магазинах Москвы, как часть сувенира вместе с шкатулками народного промысла Северной Двины, учитывая констатацию, что реклама есть часть культуры, обратить ваше внимание на три аспекта целостности культуры и рекламы :

- реклама в России должна быть продолжением, континуитетом русской культуры, а не формой *Drang nach Osten* (бросок на восток) - уничтожения русской культуры, уничтожения России. Невозможно не заметить миллиардные вложения западных компаний в целях завоевания российского рынка и поддержки прозападной позиции СМИ. Через рекламу они проталкивают не только, по своим меркам, положительные идеи, но часто расширяют деструкцию в сознании российского потребителя;
- слово культура, цивилизация, Россия и славяне взаимно обусловлены и представляют целостность. И я не согласен с мнением некоторых российских мыслителей XIX века, что Россия произошла от культуры, а цивилизация – уничтожает культуру...
- почему и в чем реклама в России должна отличаться от западной рекламы?

Галина Боголюбова - заместитель председателя комиссии по сохранению культурного и духовного наследия Общественной палаты России - напомнила, что слово КУЛЬТУРА происходит от слова *культ*, которое трактуется, как почет, почитание, уход. Культура сегодня – это совокупность достижений человечества в производственной, общественной и умственной жизни, уровень, степень развития человека как члена общества.

Как доказательство происхождения слова культура, я приведу в пример культный символ древнейшей в Европе археологической находки близ Белграда -

Лепенский выр (8000 л.д.н.э .), где каменными плитами изображен **круг** в виде Солнца с **двумя лучами** .

понимая, что «движение» *Солнца и Земли (Коло)*, природа и человек – это единое целое пришли к выводу что **Коло** матери а лизуется на срезе дерева в виде **г о д о в ы х к о л ь е ц** . Именно этим они определили сколько продлевается **год** как един и ц а времени . Благодаря этому они смогли перейти с кочевнического образа жизни к оседлому зная когда можно сеять и когда ждать урожай и снова ожидать восстановление природы .

Дерево (**колац**) – для славян стало святым материалом, из которого они начали строить дома, уподобляя их х рам у божества **Коло** . Дерево послужило появлению первого населенного пункта с домами , становлению цивилизации. Об этом свидетельствуют археологические раскопки Винча (5500 л .д.н.э.) .

Понимание **коло Дара** древних славян сохранено в структуре пятикупольно го крестообразно ого православно го храм а . Это и есть так называемая «Тайна русского храма». Тайна русского храма в том, что это в еличественное доказательство того, что **Р о с с и я (Р А с С и я)** и есть древнейшая культура и цивилизация.



Пятикупольный крестообразный православный храм своей структурой представляет величайший памятник преемственности российской и славянской культуры невзирая на все изменения мировоззрений .

Понимая **Коло** , как божество **Свято Вид** , древние славяне называли себя **коло Вены**. Но в 509 г.д.н.э. , после путча, известного в науке как Римская революция, языческие знаки были запрещены, сельское хозяйство и скотоводство ушли на второй план, торговля стала основной хозяйственной деятельностью.

В дальнейшем глосаторы, которые изучали этрусские юридические тексты, при транслитерации этрусских азбучных надписей слово **коло Вены** неправильно прочли , как слово **с ла В я не** .





Так, очевидно, что слово **с ла В я не** неразрывно связано с о словом кул ь тура и возн и к н овением Винчи как первоначального цивеса/города, то есть населенного пункта, родоначальника *всех городов*. Но во время эпохи Возрождения инквизиция именно поэтому вела кровавую и жестокую бор ь бу против *хелиоцентрической/колоцент р ической* системы неправил ь но связав слово цивилизация с появлением греческих и римских городов (*cives*), благодаря чему все, что было **с ла В я нское** , то есть **коло Венское** , приписано Риму или Греции.

И возвращаясь к первоисточнику культуры в Лепенском Вире, без понимания движения которого не возникла бы и Винча как первоисточник цивилизации,

указываю, что на этом идоле/культу, где представлен **круг Солнца** и его **лучи** (**сияне**) написано: **Р Ас Сия-ет**, или по современным правилам русского языка **Р о с Сия** . До царя Михаила Ф. Романова (1613 год) слово **Р о с Сия** писалось через

лигатуру о/у , которая сверху - вниз была именно запрещенный знак Арила –

Аз / , из-за чего до сих пор слово Россия произносится как **Р Ас Сия** . Это истинное научное объяснение, почему государство называется Россия а народ

 ский / р Ус ский : это обозначает, что это **род Аз (первоначальный)**.

Р Ас значит **р од Ас (первоначальный)** и поэтому там , где существует один **род** (отца), существует и другой (**род матери**) . Этим **Р о с Сия** , как древнейшая культура и цивилизация , и отличается от униформной, единообразной культуры Запада, которая в силу своего постоянного стремления к однополярному центризму, в рекламе запрещает : упоминание истории; любое упоминание политики; упоминание религии и идеологии/культы , а этим и культуры.

Мне очень приятно, что некоторые деятели культуры и представители рекламной индустрии приводят в пример рекламу Империял Банк а , в которой показаны разные этапы развития истории России. Это свидетельство уважения к народным ценностям, к культуре, истории своей страны, воспевание ее сути – толлерантности

В заключении, я хотел бы напомнить о « *Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия стран Европы и Северной Америки* » : если рекламодатели России хотя бы в каждой десятой рекламе будут использовать

элементы культуры турного наследия народов России, русского **хоро вода**, сохранившихся благодаря самой сути того, что значит Россия, то все зрители с нетерпением будут ждать рекламной паузы».

