

Для прессы России

Источники культуры и цивилизации как ориентир в рекламе Чтобы Ad не был ад

На московской земле с 10 по 15 сентября этого года проводится Первый Всемирный рекламный форум «Ad for future, future for ad». Форум 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 поняли, что реклама не только часть экономики, но и часть культуры.

На конференции опираясь на это утверждение выступил и сербский ученый Божидар Митрович, доктор юридических наук:

«На основании моей книги Торговые знаки и Парижская конвенция в Москве в 1991 году была организована международный семинар Торговые знаки и маркетинг в СССР, так, что я дал как положительный также возможно и отрицательный вклад в сегодняшнее состояние рекламной индустрии России. Если принимать констатацию, что реклама есть часть культуры я хотел бы в сегодняшнем выступлении указать:

1. что реклама в России должна быть продлением, континуитетом русской культуры а не формой **Drang nach Osten**, и формой уничтожения русской культуры и уничтожения России: При этом не возможно не заметить, что запад кроме того, что выделяя миллиарды долларов для завоевания рынка и поддержки прозападной позиции СМИ, через рекламу проталкивает не только по своим меркам положительные идеи, но часто расширяет деструкцию в сознании российского потребителя,
2. на основы русской и мировой культуры и на то, что слово культура, цивилизация, Россия и славяне взаимно обусловлены и представляют целостность, хотя некоторые российские мыслители

Преси Србије

Извори културе и цивилизације као оријентир рекламе Да Ad(vertising) не буде Ад

На московској земљи од 10 до 15 септембра ове године проводи се Први Светски рекламни форум «Ad for future, future for ad». Форум је замишљен као крупни простор за размену искуства водећих специјалиста рекламне индустрије различитих земаља.

На конференцији «**Реклама и култура. Диалог с представницима културе**» Јелена Зелинска, генерални секретар Савета асоцијације медијске индустрије, подвукла, да представници рекламне индустрије схватају, да реклама није само део економије, већ и део културе.

На конференцији ослањајући се на ту тврдњу иступио је и српски научник Божидар Митрович, доктор правних наука:

«На основу моје књиге Заштитни знаци у промету робе и услуга и Париска конвенција у Москви је 1991. године организован међународни семинар **Трговачки знаци и маркетинг у ССС-у**, тако, да сам ја дао како позитиван тако могуће и негативан допринос садашњем стању рекламне индустрије Русије. Схватајући констатацију, да је реклама део културе ја би хтео у овом излагању да укажем:

1. да реклама у Русији мора бити продужетак, континуитет руске културе а не форма *Drang nach Osten*, и форма уништења руске културе и уништења Русије: При томе није могуће не приметити, да запад осим тога, што издваја милијарде доллара за освајање руског тржишта и подршку прозападнее позиције средстава јавног информисања, која објављују ту рекламу, кроз рекламу провлачи не само по својим мерилима позитивнее идеје, већ често шири деструкцију у сазнању руских потрошача,
2. на основе руске и светске културе и на то, да су речи култура, цивилизација, Русија и Словени узајамно повезани и представљају целовитост, иако неки руски мислиоци везују Русију са појмом

связывали Россию с понятием культура и отрицали положительное слову цивилизация,

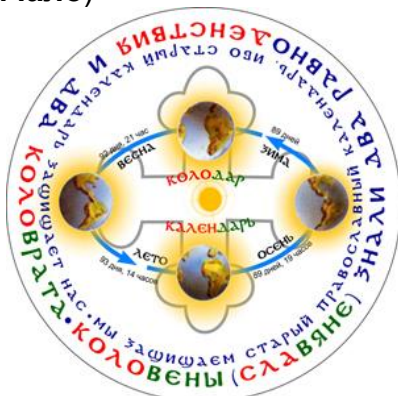
3. почему и в чем реклама в Росси должна отличаться от западной рекламы

Слово КУЛЬТУРА, как мудро нам сегодня напомнила Галина Василевна Боголюбова, заместитель председателя комиссии по сохранению культурного и духовного наследия Общественной палаты России, происходит от слова культ и обозначала в свое время служение культу.

Как доказательство я здесь привожу **культный** символ древнейшей в Европе археологической находке Лепенский выр – 8000 л.д.н.э., рядом с Белградом, где изображен круг в смысле Солнца и два луча солнца:



На этом идолу представлено божество Ярило или более точно **Арило** (откуда происходит и Буква **А** то есть **Аз**, поскольку **Солнце** для древних славян и было **Аз** - первоначало)



Это было божество **Коло**, которое дарует четыре времени года, откуда и произошло слово **каленДарь**.

Древние славяне имели мировоззрение Все есть **Коло** (предшествовавшие греческой идее – философии: Все движется/Panta rei), по которому „движение“ **Солнца**, движение

культура док одричу позитивност речи цивилизација,

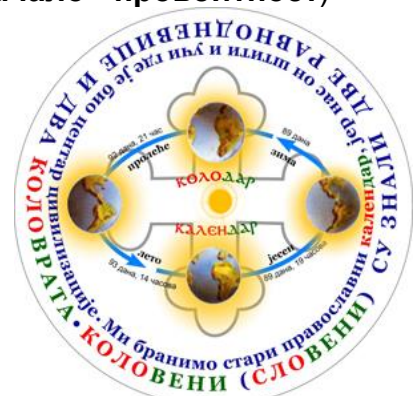
3. зашто и у чему Реклама у Русији мора да се разликује од западне рекламе.

Реч КУЛТУРА, како нас је мудро данас подсетила Галина Василевна Богољубова, заменик председника комисије за очување културног и духовног наслеђа Друштвене палате Русије, потиче от речи культ и означавала је у своје време служење культу.

Као доказ овде наводим **култни** симбол најстаријег у Европи археолошког налаза Лепенски вир – 8000 л.п.н.е., поред Београда, где је представљен круг као Сунце и два сунчева зрака:



На том идолу представљено је божество Јарило или прецизније **Арило** (одатле потиче и буква/слово **А** то јест **Аз**, пошто је **Сунце** за древне славян и било **Аз** – первоначало - провбитност)



То је било божанство **Коло**, које дарује четири годишња доба, одакле је настала реч **каленДар**.

Древни Словени су имали мировозрење Све је **Коло** (које је претходило гречкој идеји – философији: Све се креће/Panta rei), по којој су „кретање“ **Сунца**, кретање Земље,

Земли, природа и человек единое целое, благодаря чему они думали, что Коло материализуется на пересечении дерева в виде годового кольца, чем определили год как единцу времени и смогли перейти с качественого на осязаемый образ жизни!!

Из-за этого **колац** – дерево для них был святой материал из которого стали строить дома как храм божества Коло и это и была начало цивилизации и основа и причина появления первого населенного пункта с домами, которым признана археологическая раскопка Винча, рядом с Белградом – 5500 л.д.н.э.

Это древнейшее понимание колоДара древних славян сохраненно в пятикупольном крестообразном православном храме. Это и есть тзв. Тайна русского храма: это величественное доказательство, что РасСия и есть древнейшая культура и цивилизация.



Пятикупольный крестообразный православный храм представляет величайший памятник континуитета российской и славянской культуры.

Понимая Коло как божество СвятоВид древние славяне себя называли колоВены, но в 509 г.д.н.э. латны сдлали путч (который известен в науке как Римская революция), запретили Азические знаки и общество обоснованное на сельском хозяйстве и скотоводстве организовано так, что торговля стала основной хозяйственной деятельностью.

В дальнейшем глосаторы, которые изучали

природа и человек одна целина, захваљујући чему су схватили, да се Коло материализује на пресеку дрвета у облику года/годова, чимес су определили год/годину дана као јединцу времена и смогли да пређу са номадског на стајни облик живота(да живе на једном станишту)!!

Због тога је **колац** – дрво за њих био свети материјал из којег су почели да граде коче/куће као храм божанства Коло и то је био почетак цивилизације и основа и разлог појаве првог насељеног пункта са кућама - археолошко налазиште Винча, поред Београда – 5500 г.п.н.е.

То је најстарије схватање колоДара древних Словена очувано у петокуполном крестообразном православном храму. То и јесте тзв. Тайна руског храма: тај величанствени доказ, да РасСия и јесте најстарија култура и цивилизација.



Петокуполни крестообразни православни храм представља величанствени споменик континуитета руске и словенске културе.

Схватајући Коло као божество СветоВид древни Словени су себе називали КолоВени, али 509 г.п.н.е. Латини су направили путч (познат као тзв. Римска револуција), забранили су азическе знаке и друштво које је било организовано на земљорадњи и сточарство организовано је тако да је трговина постала основана привредна грана.

Касније су глосатори, изчавајући етруске

этрусские юридические тексты, при транслитерации этрусских азбучных натписей слово колоВены неправильно прочли как слово славяне

ИИИИИИИИ² КОЛОВены славяне
8 7 6 5 4 3 1 1 2 3 4 5 6 7 8 1 3 4 5 6 7 8

Так, что очевидно, что слово славяне неразрывно связано с словом култура и возникновением Винчи как первоначального цивеса/города, то есть населенного пункта, как матери всех городов. Но во время Ренессанса инквизиция именно поэтому вела кровавую и жестокую борьбу против хелиоцентрической/колоцентрической системы неправильно связав слово цивилизация с появлением греческих и римских городов (cives), благодаря чему все, что было славянское то есть колоВенское приписано Риму или Греции.

И возвращаясь первоисточнику культуры в Лепенском Вире, без понимания движения которого не возникла бы и Винча как первоисточник цивилизации, указываю, что на этом идоле/култу, где представлен круг Солнца и его лучи – сияние написано: РАСсия-ет, или по современным правилам русского языка Россия.

Р – Аз значит Род Аз (первоначальный) и поэтому там где существует один род (отца), существует и другой род (род матери) и тем эта культура и цивилизация отличается от униформной, единообразной культуры запада, которая в силу своего постоянного стремления к однополярному центризму, в рекламе:

- ❖ запрещает упоминание истоРии (которая есть форма социализации индивиду не только с живыми сородичами, но и с предками рода своего: истоР(од)иЯ),
- ❖ запрещает любое упоминание политики,
- ❖ запрещает любое упоминание религии и идеологии/култа а этим и культуры,

И я рад, что несколько деятелей культуры и несколько представителей рекламной индустрии упомянули рекламу Империял Банк, в которой в кинематизированной форме высказана история России и Суворова и Тамерлана и тот огромный аспект толерантности и уважения различия, что и ест Россия.

правне текстове, при транслитерацији етруских азбучних натписа реч КолоВени неправильно прочитали као реч Словени

ИИИИИИИИ² КОЛОВены славяне
8 7 6 5 4 3 1 1 2 3 4 5 6 7 8 1 3 4 5 6 7 8

Тако је очевидно, да је назив Словени неракидиво везана са речју култура и настанком Винче као првобитног цивеса/града, то јест насељеног пункта, као мајке свих градова. Али у време Ренессансе инквизиција је управо због тога водила крваву и жестокую борбу против хелиоцентричног/колоцентричног система неправильно повезујући реч цивилизација са појавом грчких и римских гродова (cives), захваљујући чему су све што је било Словенско то јест колоВенско приписали Риму или Грчкој.

И враћајући се првоисточнику културе у Лепенском Виру, без схватања кретања култа Кола не би настала ни Винча као првоисточник цивилизације, указујем, да на том идолу/култу, где је приказан круг Сунца и његови зраци – сијање написано: РАСсија (РАСсия-ет), или по современным правилам руског језика Россия.

Р – Аз значит Род Аз (првобитни, изворни) и зато тамо где постоји један род (оца), постоји и други род (род мајке) и тиме се та култура и цивилизација разликује од униформне, единообразне културе запада, која због својег сталног стремљења ка једнополярном центризму, в реклами:

- ❖ забрањује помињање истоРије (која је форма социализације индивиду не само са живим сродницима, већ и с предцима рода свога: истоР(од)иЈА),
- ❖ забрањује било какво спомињање политике,
- ❖ забрањује било какво спомињање религије и идеологије/култа,

И ја сам задовољан, што је неколико представника културе и неколико представника рекламне индустрије истакло рекламу Империял Банке, у котој су у филмованој форми приказани сегменти историје Росје и Суворова и Тамерлана и тај огромни аспект толерантности и поштовања различитости, што и јесте Русија.

Я хотел бы указать на Конвенцию об охране нематериального культурного наследия стран Европы и Северной Америки, принятой ЮНЕСКО.

Если рекламодатели России, хотябы в каждой десятой рекламе будут использовать нематериальное культурное наследие которое сохранилось благодаря самой сути, того что значит Россия судя не только по археологической раскопке Лепенский Вир, то все зрители будут ждать рекламной паузы, чтобы увидели русский фольклор (который по российскому телевидению не возможно увидеть) а также фольклор других народов, который сохранился в России. »

Ja hoћу да укажем још и на Конвенцију о заштити нематеријалне културне баштине земаља Европе и Северне Америке, која је усвојена у оквиру УНЕСКО.

Ако рекламне агенције Русије, макар у свакој десетој реклами буду користили нематеријално културно благо које се очувало захваљујући суштини тога што јесте РасСија судећи не само по археолошком налазу Лепенски Вир, сви ће телевизијски гледаоци чекати рекламну паузу, да би видели руски фолклор (који се не приказује на руској телевизији) а такође фолклор других народа, котоји су се очували у Русији.»

