

**К** КАКОМУ бы жанру литературного творчества ни обращался Владимир Маяковский, он выполнял работу с присущей ему ответственностью и требовательностью к себе. Для него не существовало понятия жанра как основного и второстепенного. Любой вид литературной работы становился определяющим в момент написания.

Работа В. Маяковского в области рекламы началась в 1922 году стихотворением «Нате! Басня о крокодиле и подписной плате». Оно заканчивалось рекламным четверостишием:

Мораль простая —  
проще нету:  
Подписывайтесь на

«Крокодила»  
и на «Рабочую газету».

Поэт не прекращал этой работы до конца своей жизни. Наибольшее количество созданных В. Маяковским рекламных текстов приходится на 1923—1925 годы, отмеченные крупными победами государственной торговли над нэпом.

Свои взгляды на советскую рекламу, которой В. Маяковский придавал большое агитационное значение, он изложил в статье «Агитация и реклама», написанной в 1923 году: «Мы прекрасно знаем силу агитации. В каждой военной победе, в каждой хозяйственной удаче на 9/10 сказывается умение и сила нашей агитации... Реклама — промышленная, торговая агитация... Мы не должны оставить это оружие, эту агитацию торговли в руках нэпача, в руках буржуа-иностранца».

Борьба с пережитками старого стала продолжением революции, продолжением боев на полях гражданской войны. Изменились лишь формы этой борьбы, что верно подмечает крестьянин Клим из «Рассказа про Клима из черноземных мест, про Всероссийскую выставку и Резиногрест»:

...Раньше шутили штыком,  
а теперь —  
товаром.

Эта поэма, представляющая собой своеобразную «агитационную рекламу», написана В. Маяковским и С. Третьяковым по заказу Резиногresta в октябре 1923 года. Данное произведение положило начало совместной агитпоэме на темы, связанные со специальными и конкретными заданиями профсоюзных, хозяйственных и кооперативных организаций. Другая агитпоэма «Тячи и пряхи! Пора нам перестать верить заграничным баранам!» была написана Н. Асеевым при участии В. Маяковского по специальному заданию треста «Моссушко». Инициатором создания такого рода произведений всегда был В. Маяковский.

В творчестве величайшего поэта нашей эпохи агита-

ционно-рекламное дело не выделяется в закрытую специфическую область. Он всегда настаивал на том, что поэт должен работать над рекламой в полную силу своего дарования: «Реклама должна быть разнообразием, выдумкой...» («Агитация и реклама»). Маяковский не только не видел в подобной работе ничего зазорного для поэта-лирика, но и считал ее прямой обязанностью.

Далеко не все поэты в то время придерживались подобной точки зрения. Работа В. Маяковского по созданию поэтических произве-

в его глазах это был вид литературного оружия».

Рекламные плакаты с текстами В. Маяковского экспонировались на Международной художественно-промышленной выставке в Париже в 1925 году. Маяковский и Родченко получили за эти работы дипломы (серебряные медали).

И сейчас основные положения программной статьи В. Маяковского звучат злободневно: «Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь — хорошая вещь и так пойдет. Это самое неверное мнение. Реклама должна напоминать бес-

# РЕКЛАМА

Поэзией самой высокой квалификации считал работу над ней  
Владимир Маяковский

дений, посвященных конкретным хозяйственным вопросам, вызывала нарекания всевозможных «эстетов» — отечественных и зарубежных. На одном из публичных выступлений В. Маяковского в Америке ему задали вопрос: «А правда ли, что вы по заказу правительства пишете о баранах?» «Правда, — ответил Маяковский. — Лучше по приказу умного правительства писать о баранах, чем по приказу баранов писать о правительстве». Самым важным для себя как поэта он считал то, что в первую очередь было необходимо его молодой республике, гражданином которой он являлся.

«Поэты улюлюкают — однако сами газетничать не могут, и больше печатаются в безответственных приложениях. А мне на их лирический вздор стыдно смотреть, настолько этим заниматься легко... Несмотря на поэтическое улюлюканье, считаю «Нигде кроме как в Моссельпроме» поэзией самой высокой квалификации». («Я сам»).

В. Маяковский писал тексты для газетных объявлений, рекламных плакатов, коробок печенья и т. п. Столичная газета «Последние известия» 14 апреля 1924 года сообщила: «Владимир Маяковский занят композицией рисунков оберточных «бумажек» для карамели дешевых сортов, покупаемых деревней. Помимо рисунка, обертки-агитки будут содержать двустишие». Вся работу по рекламе Владимир Владимирович осуществлял совместно с художниками А. М. Родченко, В. Ф. Степановой, А. С. Левининой и другими. «К работе над советской рекламой Маяковский относился серьезно, — писал А. Родченко. —

конечно о каждой, даже чудесной вещи». («Агитация и реклама»).

В наши дни в области рекламы так же, как и во времена В. Маяковского, сотрудничают поэты, как и тогда, пишутся рекламные двустишия. Вот, например, одно из них, не столь давно красовавшееся на плакате на одной из улиц столицы:

Знает каждый человек,  
как полезна рыба хек!

Что нового несет автор,  
если рыба эта и ее питательные свойства известны каждому человеку?

Совсем по-другому делал В. Маяковский. Он словно бы выступал в роли дегустатора, первым попробовавшего новинку и горевшего нетерпением поделиться ее достоинствами со всеми:

Я пью чай  
с монпасьем —  
на стакан  
и одно  
не съем.

(«Экономия»).

Или когда рекламирует «обеда на дом»:

Я человек тихий и  
мирный —  
не выношу жизни  
трактирной.

Как без прислуги  
поесть дома?  
Закажи обед в магазинах  
Моссельпрома.

В этих небольших «агитках» проступает характер автора, что делает их более жизненными и вследствие этого заслуживающими всяческого доверия.

И в наши дни нельзя забывать высказывание Маяковского о том, что реклама — это «поэзия самой высокой квалификации».

В. АНЗИКЕЕВ,  
старший научный сотрудник  
Государственного музея В. В.  
Маяковского.