

А. Колосков

## Агитреклама

Рассматривая «Леф» как трибуну для выступлений в борьбе за новое искусство, Маяковский не думал ограничиваться деятельностью в рамках лишь этого журнала и той группы, которая объединялась вокруг него. Он по-прежнему оставался поэтом-общественником, агитатором и пропагандистом идей социалистической революции и делал это в постоянно обновляемых и вновь изобретаемых поэтических формах.

В период издания «Лефа» (1923–1924) Маяковский продолжал печататься в «Известиях» и в целом ряде журналов. Писал агитпоэмы, много работал в области сатиры и, в частности, издал книжку «Маяковская галерея», содержащую ряд острых шаржей на враждебных Советскому Союзу иностранных общественных деятелей (Пуанкаре, Муссолини, Керзон и др.).

Две поездки Маяковского в Германию летом 1923 года дали несколько интересных «заграничных» стихотворений («Москва — Кенигсберг», «Нордерней» и др.). Поездки по Украине, предпринятые в январе — феврале 1924 года, и в Крым, Грузию, Азербайджан в июле 1924 года были так же отмечены «путевыми» стихами («Киев», «Баку», «Владикавказ — Тифлис»).

Но совершенно новой областью в разносторонней поэтической деятельности Маяковского явилась его работа для рекламы государственной торговли, начатая им с осени 1923 года.

Маяковский взялся за эту работу не из прихоти и не из каких-либо корыстных побуждений. Новая форма поэтической деятельности Маяковского была продиктована временем, вызвана требованиями жизни нашей Родины.

Одной из важнейших задач, стоявших перед страной в период XI партийного съезда, была задача развития советской торговли.

«Торговля в этот период являлась основным звеном в цепи задач, стоявших перед партией. Не разрешив этой задачи, нельзя было развернуть товарооборот между городом и деревней, нельзя было укрепить экономический союз рабочих и крестьян, нельзя было поднять сельское хозяйство, вывести из разрухи промышленность.

В то время советская торговля была еще очень слаба. Очень слаб был торговый аппарат, навыков к торговле у коммунистов еще не было, врага-нэпмана еще не изучили, не научились еще бороться с ним. Частные торговцы, нэпманы, воспользовались слабостью советской торговли и захватили в свои руки торговлю мануфактурой и другими ходовыми товарами. Вопрос об организации государственной и кооперативной торговли приобретал громадное значение». (История ВКП(б). Краткий курс, с. 248).

Именно это и побудило Маяковского приняться за работу, которая служила не только рекламой государственной торговли, но, в конечном счете, агитацией за социализм.

Маяковский начал писать рекламные стихи, точнее, рекламы в стихах. Писал он их для различных торговых организаций: для ГУМа (Государственного универсального магазина), для Мосполиграфа, Резинотреста, Моссельпрома, Чаеуправления.

Понятно, вещи, о которых приходилось писать, были далеко «не поэтические» — карандаши, папиросы, галоши, шины, мячики, соски, чай, колбаса, макароны, вермишель, квас. Но это не смущало Маяковского. Не смущало его и то, что торгующие организации обращались к нему — признанному поэту — с заказами, написанными в той форме, в какой обычно обращаются в какую-нибудь малярную мастерскую.

«Тов. Маяковскому В.В.

З а к а з

Просим выполнить в недельный срок эскизы для вывесок (рисунок и текст) для киосков на следующие продукты:

Папиросы: Дукат, Люкс, Максул, Хаджи и Рекорд фабрики “Дукат”.

Герцеговина-Флор, Орион, Янтарь ф-ки “Ява”.

Виза и Трио фабрики “Красная звезда”.

Табак: Трубочный Дживиз.

Колбаса, хамовническое пиво, воды, специи и маринады, пряники, печенье, бисквит, карамель, монпансье и кофе “Мокко”».

На улицах Москвы и других городов страны, в витринах магазинов, в вагонах трамваев появились плакаты с броскими, остроумными, легко запоминающимися стихами Маяковского.

Маяковский не ограничивался стихотворным изложением торгового объявления. Он искал средства сделать его поэтически выразительным, чтобы каждый, прочитавший рекламу, надолго сохранил ее в памяти. И он находил эти средства, широко используя выдумку, шутку, веселую игру слов, пуская в ход всю свою богатейшую поэтическую технику.

Нужно сделать рекламу для ГУМа об электрических лампочках. Легче всего было бы зарифмовать слово «электrolампа». Маяковский отказывался от этого способа. Самый предмет он оставлял художнику и дополнял изображение светящейся лампочки следующими строчками:

Дайте солнце  
ночью!  
Где  
найдешь  
его?  
Купи в Гуме!  
Ослепительно  
и дешево.

В другом случае, в стихах для рекламы резиноктрестовских галош, Маяковский использовал мотив известного, распространенного среди детей, «заклинания» («Дождик, дождик, перестань...»). Получилось:

Дождик, дождь, впустию льешь,  
я не выйду без галош.  
С помощью *Резинотреста*  
мне везде сухое место.

Или строки, рекламирующие игрушки:

От игр от этих  
стихают дети.  
Без этих игр  
ребенок — тигр.

Во многих случаях удача рекламных стихов достигалась их необычайной краткостью и мастерским подбором слов, благодаря чему стих приобретал характер поговорки, например:

Дашь карандаши,  
которые хороши!

Или строчки, действительно ставшие поговоркой:

Нигде  
кроме  
как в Моссельпроме.

Эти строчки о Моссельпроме в свое время повторяли везде и всюду, по любому поводу, даже когда речь шла совсем о другом. Моссельпром стал настолько популярным (чего и добивался Маяковский своим стихом), что, говорят, иностранцы, приезжая в Советский Союз и слыша на каждом шагу строки Маяковского, спрашивали: «Скажите, где же этот самый Моссельпром, который нигде кроме?»

Маяковский удачно разрешал темы реклам госторговли не только поэтически, но и политически. Очень часто, когда представлялось возможным, он превращал рекламу, не отнимая у нее основной ее функции, в средство политической агитации за советскую торговлю, за советский строй, за коммунизм. Вот текст рекламного плаката Чаеуправления:

От спекулянтов  
у трудящихся  
карман трещит.  
Государственная торговля —  
наш щит.  
Эй, рабочий!  
Крестьянин, эй!  
Чай у треста  
покупай и пей.

Или реклама папирос «Червонец»:

Папиросы «Червонец»  
хороши на вкус.  
Крепки,  
как крепок червонный курс.

Помимо текстов для рекламных плакатов, Маяковский писал по заказу государственных торгующих организаций специальные стихи, которые помещались на упаковках печенья, на конфетных обертках, на коробках папирос и т. д. Здесь на первый план Маяковский выдвигал политическое задание, пропаганду тех самых идей, какие пропагандировал он своими стихами со страниц газет и журналов.

Один из интереснейших примеров такого рода работы Маяковского представляют тексты, написанные им для оберток карамели «Красноармейская звезда». Состоят они из одиннадцати двустрочных стихов, рассказывают о героических боях Красной Армии с врагами Советской республики. Напоминая о военной опасности, грозящей Советскому Союзу, Маяковский и в этих коротких строчках на конфетной обертке предупреждал и призывал:

Шире открой на Запад глаза:  
с Запада может притти гроза.  
Чтоб враг не лез на республику в раже,  
красноармейцы, стойте на страже!

По такому же плану, но на другие темы, написаны тексты для оберток карамели «Индустрия» и «Красная Москва». Маяковский писал их, не допуская никакого снижения поэтической техники. Он писал их с вдохновением, ибо то, о чем шла в них речь, было для него дорогим и близким.

Характерной особенностью всей агитрекламной работы Маяковского, как это видно из приведенных примеров, было то, что он, «уходя, — как говорили, — от поэзии в рекламу» и в рекламе оставался самим собой — Маяковским, великим поэтом и гражданином советской страны.

Очень часто рекламными стихами попрекали Маяковского на его литературных вечерах, поучая, что не дело, мол, поэта заниматься Моссельпромом. Маяковский горячо возражал:

— Это наш Моссельпром! Да, да — нигде кроме как в Моссельпроме! Я отдаю свои литературные способности на службу социалистической промышленности, а вам что же, частник требуется, а не Моссельпром?

И в автобиографии в разделе «23-й год» Маяковский отмечал:

«Несмотря на поэтическое улюлюканье, считаю “нигде кроме как в Моссельпроме” поэзией самой высокой квалификации».

Некоторые критики, признававшие талант Маяковского, считали его работу для рекламы следствием увлечения ошибочными лефовскими теориями, якобы отрицательно сказавшимися на всей поэтической практике поэта. В действительности же Маяковский в работе для агитации и рекламы руководствовался своей собственной теорией, которую он неоднократно излагал и в статьях, и в публичных выступлениях. Он говорил:

«Для нас, мастеров слова России Советов, меленькие задачки чистого стиходелания отступают перед широкими целями помощи словом строительству коммуны».

И позже, объясняя, почему он писал стихи для рекламы:

«У меня есть стихотворение про соски — замечательные соски, “готов сосать до старости лет”. Против этого были возражения, а я говорю, что если до сих пор в деревне кормят грязной тряпкой ребятишек, то агитация за соски есть агитация за здоровую смену, за культуру».

При этом Маяковский решительно опровергал мнение, что он писал стихи для рекламы «по необходимости», принуждая себя. В одном из очерков о заграничной поездке, написанном в 1927 году, с горечью и возмущением говоря о том, что польские поэты из-за хлеба насущного вынуждены писать тексты для певиц и певцов варьете, Маяковский в скобках заметил:

«Глупые скажут: “А сам про Моссельпром писал?” Я про Моссельпром хочу писать потому, что нужно. А ему для варьете и не нужно, и не хочется».

Работа Маяковского для рекламы государственной торговли вызывала критические наскоки на него не только со стороны врагов, но и со стороны некоторых его друзей, опасавшихся, что в рекламе и агитке Маяковский может растратить себя, разбазарить свои способности. Тревога их оказалась напрасной. Как раз в те годы, когда некоторые думали, что Маяковский, занявшись стихами для рекламы и конфетных оберток, окончательно и бесповоротно погиб для «большой поэзии», поэт дал миру новое большое произведение — свою гениальную поэму о Владимире Ильиче Ленине.