Маяковский В. В. Агитация и реклама // Маяковский В. В. Полное собрание сочинений: В 13 т. / АН СССР. Ин-т мировой лит. им. А. М. Горького. М.: Худож. лит., 1955—1961.

Т. 12. Статьи, заметки и выступления: (Ноябрь 1917 — 1930). — 1959. — С. 57—58.

[АГИТАЦИЯ И РЕКЛАМА](http://feb-web.ru/feb/mayakovsky/texts/ms0/msc/msc-535-.htm#Статьи_и_заметки.Агитация_и_реклама)

Мы знаем прекрасно силу агитации. В каждой военной победе, в каждой хозяйственной удаче на 9/10 сказывается уменье и сила нашей агитации.

Буржуазия знает силу рекламы. Реклама — промышленная, торговая агитация. Ни одно, даже самое верное дело не двигается без рекламы. Это оружие, поражающее конкуренцию.

Наша агитация выросла в подполье; до нэпа, до прорыва блокады нам не приходилось конкурировать.

Мы идеализировали методы агитации. Мы забросили рекламу, относясь пренебрежительно к этой «буржуазной штучке».

При нэпе надо пользоваться для популяризации государственных, пролетарских организаций, контор, продуктов всеми оружиями, пользуемыми врагами, в том числе и рекламой.

Здесь еще мы щенки. Надо поучиться.

Официально мы уже за рекламу взялись, редкое учреждение не помещает объявлений, не выпускает листовок и т. д.

Но до чего это неумело.

Вот передо мной случайный клочок объявлений из «Известий»:

«Московское коммунальное хозяйство извещает...»

«Правление треста «Обновленное волокно» объявляет...»

«Уполномоченный доводит до сведения...»

*58*

«Правление «Боркомбинат» извещает», и т. д. и т. д. до бесконечности.

Какая канцелярщина — извещает, доводит до сведения, объявляет!

Кто ж на эти призывы пойдет?!

Надо звать, надо рекламировать, чтоб калеки немедленно исцелялись и бежали покупать, торговать, смотреть!

Вспоминается европейская реклама. Напр., какая-то фирма рекламирует замечательные резины для подтяжек: в Ганновере человек торопится на берлинский поезд и не заметил, как в вокзальной уборной зацепился за гвоздь подтяжками. Доехал до Берлина, вылез, — бац, и он опять в Ганновере, его притянули обратно подтяжки.

Вот это реклама! Такую не забудешь.

Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь — хорошая вещь и так пойдет.

Это самое неверное мнение.

Реклама — это имя вещи. Как хороший художник создает себе имя, так создает себе имя и вещь. Увидев на обложке журнала «знаменитое» имя, останавливаются купить. Будь та же вещь без фамилии на обложке, сотни рассеянных просто прошли бы мимо.

Реклама должна напоминать бесконечно о каждой, даже чудесной вещи.

Даже «Правда», конечно, не нуждающаяся ни в каких рекомендациях, рекламирует себя все-таки: «Каждый рабочий должен читать свою газету» и т. д. На первой странице «Правды» — ежедневная реклама — объявление о журнале [«Прожектор»](http://feb-web.ru/feb/mayakovsky/texts/ms0/msc/msc-535-.htm#Статьи_и_заметки.Агитация_и_реклама.Прожектор).

Конечно, реклама не исчерпывается объявлениями. Объявления — простейший вид. Реклама должна быть разнообразием, выдумкой.

К Всероссийской с.-х. [выставке в Москве](http://feb-web.ru/feb/mayakovsky/texts/ms0/msc/msc-535-.htm#Статьи_и_заметки.Агитация_и_реклама.выставке) выйдет под редакцией т. Брик специальная книга о рекламе, первая в РСФСР.

Мы не должны оставить это оружие, эту агитацию торговли в руках нэпача, в руках буржуа-иностранца. В СССР всё должно работать на пролетарское благо. Думайте о рекламе!

[*1923*]