

image not found or type unknown





1. КАЖДЫЙ ПРОГУЛ



2. РАДОСТЬ ВРАГУ,



3. А ГЕРОЙ ТРУДА -



4. ДЛЯ БУРЖУЕВ УДАР.

НАРКОМПРОС РОСТА №856

Вопрос об электрификации поставлен в порядок дня съезда  
мы при крупном переломе: на трибуне Всероссийских  
съездов будут появляться не только политики но и  
инженеры

ИЗРЕЧИ ТОВА ЛЕНИНА НАЪ СЪЗДЕ.



1) МЫ ЗАЖЛИ НАД  
МИРОМ ИСТИНУ ЭТУ



2) ЭТА ИСТИНА РАЗНЕС-  
ЛАСЬ ПО ВСЕМУ СВЕТУ



3) ТЕПЕРЬ НАМ НУЖ:  
НЫ ОГНИ ЭТИ



4) ПУСТЬ ЭТОТ ОГОНЬ  
РОССИЮ ОСВЕТИТ!

ГОСТАМ 749



1) РАБОЧИЙ ПРИ КАПИТАЛИЗМЕ РАБОТАЛ ИЗ ПОД ПАЛКИ, БЫЛ ОН К ФАБРИКЕ ПРИДАТОК ЖАЛКИЙ.



2) СКОЛЬКО НИ ПРОЛИВАЛ ПОТА ШЛА НА КАПИТАЛИСТА РАБОЧЬЯ РАБОТА,



3) А ТЕПЕРЬ ПРОЛЕТАРИИ ВСЕ ТВОЕ!



4) ЕСЛИ ТЫ У МАШИНЫ-ЛЮБИ, ПОНИМАЙ ЕЕ!

РУСТА 1967

Стихи и поэмы Владимира Маяковского — далеко не весь его вклад в русское искусство. Он создавал агитационные плакаты и абстрактные полотна, выпускал журнал и снимался в кино, писал сценарии и играл на сцене.

В 1919–1921 годах Владимир Маяковский работал в «Окнах сатиры РОСТА». Российское телеграфное агентство выпускало агитационные рукописные плакаты — иногда их называют первой социальной рекламой в СССР.

Первый плакат «Окон РОСТА» рисовали от руки, потом делали копии при помощи трафарета. Художники работали в технике лубка и раешника: простые картинки раскрашивали в два-три цвета, а потом дополняли короткими емкими стихами.

С 1923 года Владимир Маяковский вместе с художником Александром Родченко занялся коммерческой рекламой. Они создавали целые кампании для ГУМа и Моссельпрома, Резинотреста и Госиздата. Маяковский делал рисунки для плакатов и писал первые «продающие тексты». Например, Чаеуправление заказало ему набор из 15 вкладышей со стихами и рисунками — их вкладывали в пачки чая и какао. Граждане молодого Союза редко выбирали между товаром «от Маяковского» и каким-либо другим из-за монополии государственных предприятий. Однако реклама внушала советским людям: наше — лучшее.

«Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь — хорошая вещь и так пойдет. Это самое неверное мнение. Реклама — это имя вещи. <...> Конечно, реклама не исчерпывается объявлениями. Объявления — простейший вид. Реклама должна быть разнообразием, выдумкой.

<...>

В СССР все должно работать на пролетарское благо. Думайте о рекламе!»  
Владимир Маяковский

Рис. 6

Рис. 6

Рис. 6

Рис. 6

Рис. 6

**ТРУДЯЩИЕСЯ**  
**НЕ СТРАШНЫ ДОРОГОВИЗНА И НЭП**  
**ПОКУПАЙТЕ!**  
**ДЕШЕВЫЙ ХЛЕБ!**

**СЕЯННЫЙ**  
**ОТ**  
**15%**  
**СКИДКИ!**  
**СИТНЫЙ**  
**ЧЕРНЫЙ**  
**БУЛКИ**

**ВО ВСЕХ**  
**МАГАЗИНАХ И КИОСКАХ**  
**МОССЕЛЬПРОМА**  
**В ДВУХ ШАГАХ ОТ ЛЮБОГО ДОМА!**

172. Родченко А., Маяковский В.  
Трудящиеся, не страшны дороговизна и НЭП... 1923

№ 8  
ОКтябрь  
МОЛОДАЯ  
ГВАРДИЯ  
ЦКРКМ  
МОСКВА

ЧИТАЙТЕ ЖУРНАЛ

№ 9  
Сентябрь  
МОЛОДАЯ  
ГВАРДИЯ  
ЦКРКМ  
МОСКВА



МОЛОДАЯ ГВАРДИЯ

АДРЕС РЕДАКЦИИ: МОСКВА, СТАРАЯ ПЛОЩАДЬ, 10/4. ТЕЛ. 1-83-75

НАВОСКИИ  
РОДЧЕНО





169. Родченко А., Маяковский В.  
Лучших сосок не было и нет... 1923

**ВСЕМ...ВСЕМ...ВСЕМ..**



**ТОТ  
НЕ  
ГРАЖДАНИН  
СССР  
КТО  
ДОБРОЛЕТ  
НЕ  
АКЦИОНЕР**

**ОДИН РУБЛЬ ЗОЛОТОМ  
ДЕЛАЕТ КАЖДОГО  
АКЦИОНЕРОМ ДОБРОЛЕТА**

**ДОБРОЛЕТ**

**ПРОДАЖА АКЦИЙ В ДОБРОЛЕТЕ  
И ПРОМБАНКЕ (МОСКВА БИРЖЕВАЯ ПЛ<sup>2</sup>)  
И ИХ ОТДЕЛЕНИЯХ**

**РЕКЛАМ КОНСТРУКТОР  
РОДЧЕНКО**



Благодаря ему родилось рекламное содружество художника и поэта. Маяковский предложил Родченко писать стихотворные тексты к плакатам, исполненным художником. За короткий период совместной работы с 1923 по 1925 год было выполнено несколько выдающихся рекламных плакатов.

Благодаря ему родилось рекламное содружество художника и поэта. Маяковский предложил Родченко писать стихотворные тексты к плакатам, исполненным художником. За короткий период совместной работы с 1923 по 1925 год было выполнено несколько выдающихся рекламных плакатов.

Благодаря ему родилось рекламное содружество художника и поэта. Маяковский предложил Родченко писать стихотворные тексты к плакатам, исполненным художником. За короткий период совместной работы с 1923 по 1925 год было выполнено несколько выдающихся рекламных плакатов.

Рис. 6 Рис. 7 Рис. 8 Рис. 9

Рис. 5

Рис. 4

Благодаря ему родилось рекламное содружество художника и поэта. Маяковский предложил Родченко писать стихотворные тексты к плакатам, исполненным художником. За короткий период совместной работы с 1923 по 1925 год было выполнено несколько выдающихся рекламных плакатов.

Благодаря ему родилось рекламное содружество художника и поэта. Маяковский предложил Родченко писать стихотворные тексты к плакатам, исполненным художником. За короткий период совместной работы с 1923 по 1925 год было выполнено несколько выдающихся рекламных плакатов.

Среди них выделяется лист, призывающий сосать соски Резинотреста(рис.6), и эмблема Моссельпрома.(рис.7) Наибольшей выразительности достигла реклама журнала «Молодая гвардия». (Рис.8) Выпуски этого литературно-публицистического журнала не блистали особым богатством и красочностью оформления. Авторы изобразили продавца в рабочем комбинезоне и в кепке с номерами «Молодой гвардии» в руках, который громко расхваливает свой товар. Эта красная фигура, словно вырезанная из картона и напоминающая героев агитационных представлений первых лет революции, впоследствии повторилась в сотнях рекламных образцов XX века.

Реализацию революционных рекламных идей в 20-х годах продемонстрировало содружество «реклам-конструкторов» — величайших мастеров конструктивизма — художника А.Родченко и поэта В.Маяковского. Первой самостоятельной работой «реклам-конструктора Родченко» был плакат: «Тот не гражданин СССР, кто Добролёта не акционер», выполненный в двух вариантах с голубым и красным фонами. (Рис. 4,5) Плакат «Трудящиеся, не страшны дороговизна и НЭП — покупайте дешёвый хлеб!»(рис.9), обращённый к массовой покупательской аудитории, наоборот — приёмом изображения рекламируемых предметов близок дореволюционной вывеске. Однако он выглядит необычайно современным, благодаря продуманному композиционному взаимодействию графических элементов — линеек, текстовых блоков и объёмных рисунков.

Конструктивисты разработали особые приемы усиления визуального воздействия: неожиданные ракурсы, динамика, выраженная через сдвинутые оси, наклонные вертикали и горизонталы, использование простых ярких цветов без полутонов, плоские заливки одной краской, контрасты красного и черного, черного и белого. Этот формальный язык привлекал внимание, убеждал аудиторию.