

Секция «Литературный процесс и журналистика: история, критика, публицистика»

Василий Каменский как рекламист

Казакова Светлана Алексеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра литературно-художественной критики и публицистики, Москва, Россия

E-mail: lettertosvetlana@gmail.com

Как и всякому молодому поэту, в начале карьеры Каменскому было важно создать репутацию. Воодушевленный собственными юностью и талантом, он признается: «Мне надо Все. Моя жадность беспредельна: я хочу славы, денег, комфорта, здоровья, вина, любви, сигар, курортов, размаха, пьянства, молодости, красок, музыки, стихов, цирков, театров, друзей. Хочу Всего что — вокруг» [1]. Завоевать статус новатора-футуриста и культурного героя, добиться признания в литературном мире ему во многом помогли знание механизмов рекламы и саморекламы, интуитивное чутье того, как вызвать интерес к себе. Способы, которыми Каменский моделировал свой образ в сознании читающей аудитории, часто воспринимались критикой враждебно, но резонанс, который вызывала каждая акция Каменского, в конечном итоге помог ему достичь своей цели.

Рекламная и саморекламная активность Каменского была теснейшим образом связана с его артистической деятельностью. В. Ф. Марков подметил, что шоумен и поэт иногда конфликтовали в сознании Каменского: «Его поэзия начала ориентироваться на эффективное публичное чтение, и шоумен все чаще замещал собой поэта» [4]. Талант организовывать зрелище из самой своей увлекательной жизни, объединять вокруг своей личности людей с самыми разными творческими установками и устремлениями — то качество, которое признавали многие и благодаря которому Каменский стал знаковой фигурой художественного авангарда.

Жизнь Каменского во всей ее полноте служила броской рекламой автору. И это не удивительно, поскольку Василий Каменский — фигура широчайшего диапазона: он старался проявить себя как поэт, прозаик, драматург, художник, актер, авиатор. Каждая из сторон его личности придавала дополнительные оттенки его литературному облику. Помимо успехов на поэтическом поприще говорить о Каменском заставляли еще и его ранние авиационные выступления, турне по городам с чтением лекций и стихов и другие предприятия. Каменский всеми силами старался добиться максимального внимания к каждому событию из своей творческой жизни, привлекая прессу и с особой тщательностью подходя к созданию афиш.

Безусловно, деятельность Каменского по самопродвижению нельзя рассматривать в отрыве от рекламной тактики футуристов в целом. Взаимовлияние друг на друга, сильная сплоченность обусловили схожий характер их методов самопродвижения: «Когда-то четыре главные фигуры русского “кубофутуризма” — Давид Бурлюк, Каменский, Маяковский и Хлебников — необычайно счастливо дополняли друг друга совершенно индивидуальными творческими, человеческими и организационными качествами, разностью свойств и темпераментов» [5]. Показательным в этом смысле стало издание коллективного сборника «Садок судей» (1910). Выход этой книги — наглядный пример рекламных методов футуристов, и здесь особенно важна осознанная установка на фурор, который должен был произвести этот сборник. Каменский вспоминает в «Пути энтузиаста»: «О, тем приятнее нам было швырнуть свою бомбу — начиненную динамитом первого литературного выступления общую книгу “Садок Судей”» [2]. Каменский усвоил этот опыт и впоследствии применил его при издании других книг, в особенности

сборника «Танго с коровами» (1914 год).

В плане оформления афиш на Каменского, как и на других футуристов, возможно, оказала влияние массовая культура, приемы которой он использовал в своем сборнике. Смешение стиля рекламных заголовков, плакатов, а также киножурналов — неотъемлемые черты его дизайна. Филигранное оформление афиш было одним из факторов повышенного внимания публики к концертам и лекциям Каменского.

Выход новой книги неизменно сопровождался рекламной кампанией по ее продвижению. Прежде всего это активное сотрудничество с прессой, привлечение критиков для написания статей, рассылка экземпляров рецензентам и издательствам, разработка новаторского дизайна изданий и концертных афиш, турне по России с лекциями и выступлениями в поддержку новых книг. Каменский заблаговременно оповещал читателей о готовых к изданию рукописях, помещая рекламу в своих книгах. Масса издательских уловок вроде более позднего года издания на обложке только что вышедшей книги для того, чтобы у читателя создавалось ощущение предельной новизны, прием адресного обращения к аудитории (эпиграфы, посвящения в книгах Каменского), методы гиперболизации и экзальтации в стиле повествования — все это способствовало шумихе вокруг новинки. В этом смысле интересно проанализировать, как рекламные методы Каменского реализовывались при издании «Танго с коровами» (1914), романа «Стенька Разин» (1915), «Книги о Евреинове» (1917), вызвавших массу откликов в прессе.

Одной из главных рекламных стратегий было создание собственных автобиографий. Мемуарный жанр у Каменского получает небывалый размах: он создает целых три книги-автобиографии («Его-Моя Биография Великого Футуриста» (1918), «И это есть» (1927), «Путь энтузиаста» (1931)), помимо них публикует автобиографические книги «Юность Маяковского» (1931) и «Жизнь с Маяковским» (1940), а также постоянно фиксирует события своей жизни в различных записях и дневниках и апеллирует к своему прошлому.

Отдельно стоит упомянуть «Мой журнал Василия Каменского» (1922) и его продолжение «Наш журнал» (1922), целиком состоящие из рекламных ухищрений. Большинство материалов в них принадлежали самому Каменскому, который выступил как редактор-издатель журналов.

Реклама и самореклама были не только средством продвижения своих книг, но актом игры, шутовского завлечения читателя. Неумеренное прославление себя — это необходимое преувеличение, авторский прием, своего рода броские, зазывающие афиши. Рекламные произведения Каменского стоит оценивать, учитывая их буффонадную манеру. Нарочитое утрирование, гиперболизация — ее неотъемлемые черты, без которых популяризация собственного творчества и утверждение себя в статусе литературного кумира, культурного героя были бы невозможны.

Источники и литература

- 1) Каменский В. В. Его-Моя биография Великого Футуриста. М., 1918.
- 2) Каменский В. В. Путь энтузиаста. Пермь, 2011.
- 3) Крусанов А. В. Русский авангард: 1907—1932 (Исторический обзор). М., 2010.
- 4) Марков В. Ф. История русского футуризма. СПб., 2000.
- 5) Стригалева А. Картины, «стихокартины» и «железобетонные поэмы» Василия Каменского // Вопросы искусствознания. М., 1995. N 1/2.