

УДК 070.4

**ДУХОВНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ МИССИЯ  
БИБЛИОГРАФИЧЕСКОГО ЖУРНАЛА В РОССИИ  
(по материалам «Известий книжных магазинов товарищества М.О. Вольф»)**

© 2012 г.

*Е.Ю. Гордеева*

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

Elgord1@yandex.ru

*Поступила в редакцию 09.12.2011*

Исследуются типологические признаки библиографического журнала в России в контексте реализации просветительской функции журналистики.

*Ключевые слова:* культура чтения, история русской журналистики, библиографический журнал, функции журналистики, типы периодических изданий.

Согласно международному исследованию PISA, современные российские пятнадцатилетние школьники по качеству чтения занимают сороковое место в мире. Впереди нас не только Великобритания, страны Скандинавии, Южная Корея, но и такие страны, как Турция и Чили.

Татьяна Жукова, главный редактор журнала «Школьная библиотека», в интервью с корреспондентами «Журналиста» отметила: «В результате того, что чтение очень многих детей ограничивается только чтением учебников и каких-то утилитарных информационных текстов, у них не развивается способность к творческому, вдумчивому и медленному чтению. Именно такое чтение развивает способность к расшифровке глубоких смыслов, стоящих за текстом... По сути, идет формирование функциональной неграмотности, которая приравнивается к рискам XXI века... И поэтому наше сороковое место в мире по качеству чтения означает, что снижается качество мышления, и правильно говорят специалисты: нация находится в опасности» [1, с. 80].

Не секрет, что сегодня во многих семьях книг просто не читают и уже около 40% российских семей вообще не имеют книг.

В дореволюционной России культура чтения в значительной степени поддерживалась всевозможными издательскими проектами, а также библиографическими и смежными специализированными изданиями. На рубеже XIX–XX вв. у нас выходили такие издания, как «Библиограф», «Библиографические записки», «Российская библиография», «Библиографические известия», «Книжный вестник», «Библиографический листок», «Книжник», «Вестник книгопродавцев», «Книжная биржа», «За книжкой»

(журнал, издававшийся в Нижнем Новгороде) и многие другие, до сих пор не ставшие объектом пристального внимания филологов или исследователей журналистики.

На фоне всех этих изданий заметно выделялись своей долговечностью, уровнем издательской и филологической культуры «Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. Иллюстрированный библиографический журнал», выходявший с 1897-го по 1917 год. В первом же номере журнала была изложена его программа: *дать возможность русской читающей публике следить за всем, что происходит в области литературы и науки, знакомить ее с выдающимися явлениями литературного и научного мира, поддерживать интерес к книге в широком смысле слова, и даже, по мере возможности, вызвать такой «интерес»...* [2, с. 1].

Маврикий Осипович Вольф (1825–1883), сын варшавского врача, приехал в Петербург в середине XIX века. Его появлению в России предшествовала работа в лучших издательствах Варшавы, Лейпцига, Кракова, Львова, Вильны. В 1853 г. Вольф открыл собственную книжную лавку и разместил ее в самом центре Петербурга – в Гостином дворе. Спустя несколько лет он купил типографию, к которой впоследствии присоединил лучшую в России словолитню Ревильона. Таким образом, Вольф органично вписался в отечественное книгоиздание с его традициями, заложенными Н.И. Новиковым, говорившим, что книгу и периодический орган надо не только издать, но и «иметь попечение о продаже напечатанных» изданий.

Известно высказывание Н.С. Лескова: «Маврикий Единственный – царь русской книги. Его

армия разбросана от Якутска до Варшавы, от Риги до Ташкента, в его руках судьба литературы» [цит. по 3, с. 6].

Выпустив всего более пяти тысяч названий книг, самое серьезное внимание в своей деятельности Вольф уделял изданию изящных и красивых детских книг. Их, следуя лучшим просветительским традициям Новикова, констатировавшего, что «в нашем отечестве... детям читать нечего», Вольф выпустил несколько сотен. А начинать прививать культуру чтения, как известно, и можно только в детском возрасте. Наверное, в России не было ни одного интеллигентного дома, где бы дети не зачитывались книгами из серии «Золотая библиотека», выпущенной Вольфом. В ней были изданы «Приключения Тома Сойера» Марка Твена, «Избранные сказки» братьев Гримм, «Лучшие сказки» Андерсена. Для детей Вольф предназначал и собрания сочинений Жюль Верна, Фенимора Купера, Вальтера Скотта [4, с. 784]. Популярностью пользовался журнал «Задуманное слово», издававшийся в двух вариантах – для детей младшего и старшего возрастов, и, кстати, широко рекламировавшийся в «Известиях книжных магазинов товарищества М.О. Вольф».

Журнал «Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф» начал выходить в октябре 1897 г., уже после смерти Маврикия Осиповича. Издавался журнал благодаря С.Ф. Либровичу (автору известной книги об издателе «На книжном посту. Воспоминания, записки, документы», рекламировавшейся в изучаемом журнале вплоть до его закрытия). Официальным редактором числился сын Вольфа – Людвик Либрович был основным автором; он подписывал статьи в журнале своим именем и многочисленными псевдонимами – С. Книженко, С. Книжицын, Виктор Русаков, Русак, Дядя Ворчун и др.

Именно за подписью Виктора Русакова в мартовском номере журнала за 1898 г. находим статью «Маврикий Осипович Вольф. К пятидесятилетию со дня его смерти». Подводя итоги жизни Вольфа, автор отмечает: *...заслуга Вольфа не ограничивалась только тем, что он издавал книги, на которые уже явился спрос – нет, проследив его издательскую деятельность, нельзя не прийти к заключению, что он, приступая к изданию той или другой серии книг, старался вызвать в интеллигентной публике интерес к той или другой науке, к тому или другому вопросу* [5, с. 1].

Ю.В. Чемякин в своей статье «Мифы корпоративной прессы и дореволюционный опыт

изданий подобного типа в России» полагает, что изучаемое нами издание можно считать одним из предшественников современных корпоративных СМИ. ««Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф»», – пишет он, – ...имеют полное право быть отнесены к категории клиентских изданий, так как их целевая аудитория – реальные и потенциальные клиенты книжных магазинов, входящих в Товарищество» [6]. Решая благородные просветительские задачи, издание, правомерно отмечает Ю.В. Чемякин, «попутно» способствует росту авторитета и популярности «Товарищества М.О. Вольф». Подобная редакционная интенция очевидна и в вышеприведенной публикации, посвященной родоначальнику Товарищества, и в разнообразных информационных, аналитических, рекламных материалах, способствующих продвижению книжных и периодических изданий, выпускаемых под данным именем бренда. Однако просветительская миссия библиографического журнала не ограничивается жесткими рамками корпоративных интересов: на страницах журнала освещается деятельность не только «Товарищества М.О. Вольф», но и других издателей прошлого, начиная с И. Гутенберга, и современников. В разные годы в «Известиях книжных магазинов товарищества М.О. Вольф» публиковались такие материалы, как «Смирдин А.Ф.», «Павленков Ф.Ф. и его заслуги для русской культуры», «Русский издатель-благотворитель К.Т. Солдатенков и его заслуги для русского просвещения» и многие другие. С 1900-го по 1902 год на страницах журнала печатается фундаментальный труд П.И. Покровского «История русской книги в очерках и образах», который заставил нас пересмотреть концепцию читаемого для студентов, обучающихся по специальности «Издательское дело и редактирование», курса «История книжного дела».

В журнале уделялось внимание различным аспектам книговедения, что становится очевидным при обращении к таким текстам, как «Книга и ее значение», «Трехсотлетие русской книги», «Наставление к устройству домашних и частных библиотек», «Книжные лавки в старину», «Книга – друг или раба?», «Из истории книжных переплетов», «Библиотека в рабочем кабинете интеллигентного человека», «Об EX-LIBRIS'ах вообще и о русских EX-LIBRIS'ах в частности» и т.д.

Качеству чтения, по которому мы сейчас занимаем сороковое место в мире, культуре чтения были посвящены такие материалы «Известий книжных магазинов товарищества

М.О. Вольф» рубежа веков: «Как следует читать?», «Как и что читают женщины?», «Как “зачитывают” чужую книгу», «О подчеркивании» (имеются в виду подчеркивания в книгах. –Е.Г.), «О чтении. Взгляды и мысли Джона Рескина».

В свдвоенном 10–11-м номере журнала за 1898 год были помещены ставшие впоследствии известными «Десять запретов для читателей книг». Вот некоторые из них: *Не бери книг у других для прочтения, если ты имеешь возможность сам покупать книги... Не израсходуя всех ассигнованных на приданое дочери денег, не купив ей предварительно хотя бы небольшую библиотеку. Не уезжай в деревню, на воды или на курорт, не положив предварительно в чемодан несколько книг. Не одевайся изящно и не считай себя джентельменом, если читаешь грязные и запачканные книги... Не заботься, чтобы у тебя был подвал, полный вин, а старайся, чтобы у тебя была полная библиотека. Не говори, что у тебя нет средств на покупку книг, раз у тебя хватает средств на многие лишние расходы.*

На протяжении двадцати лет издания структура журнала претерпевала незначительные изменения, но в целом постоянные его рубрики сохраняли свой облик. Это «Литературное обозрение за месяц», «Книжная и литературная летопись» (состоящая из подрубрик «Действия правительства», «Новости литературного мира» и др.), «Библиография. Перечень новейших книг (с указанием их цены)». Последняя рубрика отличалась необыкновенным разнообразием: здесь были беллетристика и поэзия; военное и морское дело; славянские известия; естествоведение; искусства и музыка; история и воспоминания; математика; медицина; периодическая печать; этнография и география и многое другое. Всего не перечислить.

С марта 1898 г. в журнале появляется новая рубрика – «Почтовый ящик», также приобретающая большое просветительское значение. Сегодня трудно найти СМИ, которое бы вело такую целенаправленную работу со своими читателями, как «Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф» (а ведь это важный элемент маркетинга). Под рубрикой «Почтовый ящик» публиковались десятки ответов редакции на письма читателей из разных городов России. Данная рубрика свидетельствовала о том, что редакция прислушивалась к мнению читателей, искренне стремилась помочь людям, зачастую тратя на это немало времени и сил. Например, некоторым из материалов «Известий книжных магазинов...», посвященным культуре чтения,

видимо, предшествовал следующий вопрос читателя: *Очень хотелось бы знать методы чтения разных читателей, а также указания, полезно ли делать при чтении книг выписки или составлять конспекты, как располагать то или другое для скорейшего нахождения нужного места и пр. Желательно также указание на книги по названному вопросу. Желательно только, чтобы в книгах были практические указания, а не сентиментальные «выпады» о пользе чтения* [5, с. 111].

Кстати, периодически на страницах журнала помещались правила, которыми руководствовались «книжные магазины поставщика его императорского величества высочайше утвержденное товарищество М.О. Вольф» в отношении со своими читателями. Среди правил, которых было более десяти, находим следующее: *Разъяснения, ответы на письма и справки, касающиеся книжного дела, даются магазинами немедленно и бесплатно* [7].

Особого внимания заслуживает книжная реклама на страницах библиографического журнала как одна из первых разновидностей рекламных обращений в периодической печати вообще. Активно занимаясь саморекламой и продвигая периодические издания и книги, издаваемые «Товариществом М.О. Вольф», редакция журнала постоянно заявляла о приеме объявлений от других издателей. Это способствовало появлению многочисленных рекламных обращений, отражающих развитие провинциальной прессы.

Если реклама, размещаемая в «Известиях книжных магазинов...» порой и не была связана напрямую с книгоизданием, то все-таки затрагивала смежные сферы: например, предлагала «неисчерпаемую чернильницу», «использование библиотечных знаков EX-LIBRIS'ов для частных собирателей книг и для общественных библиотек», «услуги репетиторов».

Журнал обращал внимание своих читателей на рубрику «Спрос и предложение» в отделе «Объявлений». В пятом номере «Известий книжных магазинов...» за 1898 г. находим: *Ввиду низкой цены на публикации, помещаемые в этом отделе (всего 15 коп. за строку), и распространения журнала исключительно в среде лиц, интересующихся книгами, публикации относительно спроса и предложения могут рассчитывать на значительный успех.*

На страницах журнала обсуждались и те проблемы, которые волнуют нас сегодня. Например, умрет ли традиционная книга? Отвечая на этот вопрос в статье «Конец книге» за подписью Октава Юзана, редакция предполагала

ет: *...книгопечатание... доживает теперь свои последние дни и будет, наконец, убито современными приспособлениями звуковых законов и жизни общества. Несмотря на все современные усовершенствования книгопечатания, наши внуки наверно заменят его фонографией...* [8, с. 2]. *Кинетограф* (именно так написано в тексте) *будет иллюстрировать текст. Таким образом у нас будет в приложениях к фонографической газете целый ряд картин из жизни, снятых прямо с натуры* [9, с. 29]. Как видим, авторы журнала предсказывают бурное развитие радио, телевидения, появление аудиокниг и других технологий XX–XXI вв., которые, однако, так и не сумели вытеснить традиционную книгу.

К середине первого десятилетия XX в. журнал заметно бледнеет, отказывается от объемных и серьезных статей. В 1905 г. в нем, например, преобладают такие темы: «Что читает деревня», «Какие книги нужны народу?», «Книга и народная интеллигенция» и др. Демократизация издания, по-видимому, привела к отказу от многолетних традиций, от сложившейся читательской аудитории, выказывала стремление редакции приобрести новых читателей, предпочитавших все же издания других типов.

В последнем номере «Известий книжных магазинов...» за февраль-март 1917 г. прославились достижения Февральской революции: *Книга, которая будет заключать только свободное слово, найдет свободный доступ туда, где ее мало спрашивали. Перед ней открываются новое пространство и новая аудитория. Да здравствует свободная Россия, да здравствует свободная русская книга!* [10, с. 23].

Только вот функционировать в новых условиях журналу так и не довелось. Цитируемый номер стал последним. Возможно, отчасти потому, что спрос на брошюры политического содержания в первые дни после революции, как было замечено в книжных магазинах «Товарищества М.О. Вольф», совершенно отодвинул на

задний план спрос на все другие книги. Возможно, это произошло и из-за тех разногласий, которые наметились между служащими книжных магазинов в Петрограде и Правлением Товарищества.

Как бы то ни было, стремление редакции «Известий книжных магазинов товарищества М.О. Вольф» на рубеже XIX–XX вв. следовать лучшим просветительским традициям, сложившимся в отечественном книгоиздании, фундаментальность в подходах к изучению и оценкам развития отечественной словесности, воспитание культуры чтения, желание соответствовать информационным запросам своих читателей должны непременно учитываться в работе современных издателей, редакторов и журналистов.

#### Список литературы

1. Соколова А., Михайлов Н. Татьяна Жукова, главный редактор журнала «Школьная библиотека»: «Наша забота – национальная безопасность» // Журналист. 2010. № 8. С. 80–81.
2. Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. 1897. № 1.
3. Либрович С.Ф. На книжном посту: Воспоминания, записки, документы. М., 1916. 496 с.
4. Немировский Е.Л. Большая книга о книге. Справочно-энциклопедическое издание. М., 2010. 1086 с.
5. Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. 1898. № 6.
6. Чемякин Ю.В. Мифы корпоративной прессы и дореволюционный опыт изданий подобного типа в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mipron.ru/content/view/66/62/> (дата обращения 15.03.2011).
7. Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. 1897. № 2.
8. Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. 1899. № 1.
9. Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. 1899. № 2.
10. Известия книжных магазинов товарищества М.О. Вольф. 1917. № 2–3.

#### THE EDUCATIONAL FUNCTION OF RUSSIAN BIBLIOGRAPHIC MAGAZINES (BASED ON THE MATERIALS OF THE BULLETIN OF M.O. WOLF'S ASSOCIATION OF BOOKSTORES)

*E.Yu. Gordeeva*

The author investigates the typological features of bibliographic magazines in Russia in the context of the educational function of journalism.

*Keywords:* history of Russian journalism, bibliographic magazine, reading culture, functions of journalism, types of periodicals.