

УДК 002.2(476)“19/20”

**К. Т. Тарасевич**

Белорусский государственный технологический университет

**ОСНОВНЫЕ ИЗДАТЕЛЬСКИЕ ЧЕРТЫ БЕЛОРУССКОЙ КНИГИ  
В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX В.**

Статья посвящена одному из наиболее интересных и динамичных периодов в истории белорусской книги. В ходе исследования было проанализировано оформление около 50 обложек белорусских и польских книг, установлены новые для изданий той эпохи черты. Интенсивный рост читательской аудитории, расширение технических возможностей полиграфического исполнения, общее ускорение темпа жизни заставили издателей обратить особое внимание на рекламную функцию книг и расценивать их теперь не только как произведение искусства, но и как продукт, на котором можно заработать. В связи с этим меняется конструкция издания, а на обложке появляются такие элементы персвазии, как сигнет, цитаты и девизы, сведения об авторе, рекламные тексты и др. Несмотря на цензуру и экономические ограничения, все же печатаются издания актуальной тематики, а творческие поиски национальной идентичности находят свое воплощение в художественном оформлении книг. Так, менее чем за столетие сформировалась книжная традиция, во многом определившая внешний вид сегодняшних белорусских книг, а также поставившая перед сферой задачи, оптимальные решения которых мы ищем до сих пор. Например, как сочетать информативную и рекламную функции книги, чтобы, несмотря на разнообразие подходов и мнений, издание нашло единственно верное в конкретном контексте высказывание и в итоге служило одной цели – красоте жизни.

**Ключевые слова:** книжное искусство, история книги, «нашаніўская» традиция, «идея прекрасной книги», четвертая страница обложки, наборный титул, орнаментика, типографика, авангард.

**Для цитирования:** Тарасевич К. Т. Основные издательские черты белорусской книги в конце XIX – начале XX в. // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 1 (243). С. 64–68.

**K. T. Tarasevich**

Belarusian State Technological University

**MAIN FEATURES OF THE BELARUSIAN BOOK  
AT THE END OF 19th – THE BEGINNING OF 20th CENTURY**

The article is devoted to one of the most fascinating and dynamic periods in Belarusian book history. During the research, the design of about 50 covers of Belarusian and Polish books was analyzed, and new features for publications of that era were established. The publishers have begun to pay special attention to the advertising function of books considering such factors as the intensive growth of the readership, the enormous development of printing technologies, and the acceleration of the pace of life. In this regard, the design of the publication changes: the elements of persuasion as a signet, quotes, and mottos, information about the author, advertising texts appear on a book cover. Despite censorship and economic restrictions, publications of relevant topics still have been printing. The creative search for national identity has found its embodiment in the artistic design of books. Thus, in less than a century, a book tradition, which largely determined the appearance of today's Belarusian books, has formed and settled such tasks for the sphere, the optimal solutions of which we still need to find. For example, how to combine the informative and advertising function of a book so that, despite the diversity of approaches and opinions, the publication finds the only correct in a particular context artistic statement and ultimately serves one goal: the beauty of life.

**Key words:** book art, history of the book, the Nasha Niva's tradition, “idea of a wonderful book”, fourth page of the cover, typographical title page, ornamentation, typography, avant-garde.

**For citation:** Tarasevich K. T. Main features of the Belarusian book at the end of 19th – the beginning of 20th century. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 1 (243), pp. 64–68 (In Russian).

**Введение.** XIX в. в истории ассоциируется прежде всего с промышленной революцией, которая навсегда изменила состояние общества и производства – в том числе издательской сферы. На смену традиционным ремесленным процессам пришли машины; репродуцирование оригиналов получило новые возможности, о которых

издатели ранее могли только мечтать, – что, соответственно, повлияло на внешний вид книги. Тем не менее машинная работа окупалась только при больших тиражах, поэтому творцам изданий приходилось в своей деятельности решать не только просветительские, но и чисто коммерческие задачи.

Как и каждая революция, новые реалии в издательской сфере не появились из ниоткуда и имели свои предпосылки. Ученые как «революционную» в сфере потребления и распространения книги определяют уже вторую половину XVIII в., когда изменились техники чтения. Книжки начинают читать экстенсивно – как правило, к изученному один раз произведению больше не возвращаются, но самих произведений начинают читать больше. Соответственно, их воспринимают уже не только как источник фундаментального знания, но и как развлечение. Кроме того, читатели искали в книгах новые идеи, на волне общественных изменений проникающие и в восточную часть Европы. Появилось еще больше литературы социально-политической, философской, юридической, экономической, публицистической. Многие произведения представителей французского просвещения были переведены на другие языки. На страницах журналов, количество которых также возросло, велись активные дискуссии на тему книги и чтения. Например, российский журнал «Вестник Европы» уже в одном из первых номеров обращал внимание на то, что «деятельный разум во всех состояниях, во всех землях чувствует нужду в познаниях и требует новых, лучших идей» [1, с. 192–193]. Упоминался на страницах и быстрый рост нового читателя, представителя различных классов, поскольку «...[даже] самые бедные люди подписываются, и самые безграмотные желают знать, что пишут из чужих земель». Таким образом, главное отличие книги начала XIX в. от более ранней не сводится только к увеличению разнообразия издаваемой литературы и ее тиражей или к снижению затрат на печать; важным становится идейное значение произведения, изменяющееся под влиянием нового читателя.

Для белорусского книгоиздания XIX в. был беспокойным и нестабильным. Интерес к печатной книге на родном языке появляется на наших территориях еще в 30–40-х гг. XIX в. В 50–60-х гг. на волне революционных настроений наблюдается настоящий подъем издательской деятельности, которой, однако, после поражения восстания 1863–1864 гг. суждено было сойти на нет практически на полвека. Только в конце 80-х гг. новые революции вдохнули новую жизнь в белорусскую литературу и заложили основу для развития отечественного Возрождения. Начиная с 1891 г. книгоиздание на родном языке становится регулярным: белорусские книги появляются каждый год, а прямая преемственность обуславливает формирование определенной издательско-литературной традиции. Но действительно золотым веком белорусской культуры называют первые десятилетия XX в. Тогда активизируют свою деятельность белорусские издательства и

издательские объединения, заметно увеличиваются количественные показатели выхода книг, обогащается их жанрово-стилистическое разнообразие [2, с. 70–71].

Все вышеперечисленные факторы кардинальным образом изменили и внешнее оформление книги. Фактически, можно утверждать, что именно в XIX – начале XX в. книжная обложка (которую как элемент книжной конструкции, отличный от переплета, начали выделять и использовать в конце XVIII в.) приобретает основные издательские черты, привычные и знакомые нам сегодня. Какие – об этом ниже в статье.

**Основная часть.** XIX в. был временем, когда текст на обложке начал играть невероятно важную роль. Именно он стал «продавать» книгу. Тем не менее, несмотря на профессионализацию авторского труда, *имя автора* на обложке достаточно долго оставалось элементом желаемым, но необязательным. Если автора и указывали, то после *названия произведения*, в позиции второй степени, в форме родительного падежа или с формулами «напісаў», «sabрай», «зъ разсказа», «przez», «napisał», «skreślił» и т. д. Как специфический метатекст большую популярность получили псевдонимы и криптонимы (В. Л., В. Л., А. J. и др.) – во времена цензуры объяснялось это желанием авторов сохранить определенную анонимность. Хотя иногда шуточные псевдонимы использовались больше с целью подготовить читателя к принятию сатирического или развлекательного текста. В этой сфере лежало особенно широкое поле для проявления авторской фантазии. Так, в польской литературе того периода среди творцов находим Покойника Туфлю (Nieboszczyk Pantofel), Пациента философии (Pacjent filozofii), Пауля де Что-то (Paul de Coś). В белорусской же традиции автор через псевдоним стремился приблизиться к простому читателю, расположить его к себе: Цішка Гартны, Шчыры беларус, Стары педагог. Встречались формулы с использованием топонимов: так появлялись Сымон Рэўка з-пад Барысава, Яська Гаспадар з-пад Вільні, Гаўрыла з Полацка. Только в конце XIX в. автор получил свое привычное, условно «авторское» место на обложке, а его имя начало работать на него, как собственная марка. Тем не менее случаи, когда создатели произведения на обложке не указывались в принципе, были достаточно частыми.

Все большее значение получают *издательские организации* – размещение сведений о них на обложке в XIX в. становится своего рода стандартом. Впрочем, как и указание *даты издания* – работало это на пользу не только библиотекарям, но и книготорговцам, ведь теперь они могли обращать пристальное внимание своих читателей на новинки. Хотя, следует отметить, не всегда

сведения на обложке были правдивы: в результате на рынке появлялись белорусские книги, будто бы изданные в Кракове или Познани, а чтобы окончательно отвести подозрения властей, данные наименования позиционировали как книги по-польски (напечатанные латиницей) или по-болгарски (кириллические). Издательство гарантировало уровень, а иногда и конкретный вид литературы, поэтому со второй половины XIX в. название организации выполняло функцию рекламного слогана. Слава фирмы иногда была такой громкой, что название издательства помещали в верхней части обложки, даже выше, чем имя автора. Данный тренд повлиял и на оформление четвертой страницы обложки: там печатались списки других книг издателя и адреса книжных магазинов, где можно выбранные наименования полистать и купить. Активно этим пользовались, среди прочих, редакция газеты «Наша Ніва» в Вильнюсе и издательство «Загляне сонца і ў наша аконца» в Петербурге; причем сведения давались очень подробные, с делением на виды и жанры. Так, в четвертом издании сборника белорусского автора Франтишка Богушевича «Dudka Bielaruskaja» на четвертой странице обложки читаем: «U wydawiectwie “Zahlanie sonca i ў наша аконца” można kupić wydawnia: 1. Da nawučańnia; 2. Nawukowyje, dastupnyje dla ўsich; 3. Powieści, arawiedańnia prozaj; 4. Wieršy; 5. Bielaruskije teatralnyje twory; 6. Bielaruskieje muzykalnyje twory; Усе беларускія выданні прадаюцца... [перечень книжных магазинов]».

Вместе с названием издательства возвращается *сигнет* – традиция давних типографий, прерванная в XVIII в. Размещали его в наиболее заметном месте издания (хотя не всегда при этом учитывали эстетический фактор) – на обложке, корешке переплета, в середине пространства, оставшегося между названием произведения и издательским адресом на титульном листе. Этот знак работал как своеобразный копирайт: в конкурентной борьбе между издательствами выделял конкретную книгу среди многих других, существующих в данный момент на рынке.

Не до конца известны причины, по которым издатели решили помещать на обложке *стоимость книги*. Возможно, это мог быть наиболее убедительный знак ценовой привлекательности издания. Чаще всего цену указывали на книгах, формирующих серию или цикл, который выходил в качестве приложения к журналу. Интересным явлением в издательской практике наших соседей – Польши были цены на обложке, указанные одновременно в австрийской, прусской и российской валютах, а иногда дополнительно еще и во франках и долларах. Для белорусского книгоиздания подобные варианты не были характерны, зато

встречались народные названия денег с расшифровкой: *Сена załatoўka* (15 кап.).

Как видим, на первой странице обложки обычно размещались только самые важные сведения: автор, название произведения, издательская организация и год издания. Иногда рекламную функцию выполняли также *цитаты* и *девизы*. Последние были довольно распространенным явлением в белорусских книгах начала XX в. В отдельных случаях можно было это назвать даже своеобразной «фишкой» издательства. Например, на обложке изданной редакцией газеты «Наша Ніва» книги «Земельное дело в Новой Зеландии» в правой верхней части видим курсивом призыв к читателю: «Свайго не цурайцеся, чужому научайцеся». В книге же Тётки, появившейся в вышеупомянутой организации «Загляне сонца і ў наша аконца», название издательства оформлено так же – в формате эпиграфа.

Основным же рекламным пространством становилась четвертая страница обложки – однако продвигала она не само произведение (поскольку в принципе ничего не говорила о сюжете книги), а автора, а чаще всего – издательство. И хотя на самом деле не содержала много информации, часто обвинялась в текстовой чрезмерности. Возможно, так произошло из-за «безвкусной нехудожественной мешанины шрифтов» [3, с. 245], распространенной на обложках всей Европы. *Украшения и иллюстрации*, непосредственно связанные с содержанием книги, можно было найти на фронтисписах, однако на саму обложку изображение в XIX в. выходит довольно осторожно. Было этому несколько причин. Помимо геополитических факторов (цензура, запрещающая печать определенных наименований и вынуждающая издателей к конспираторской деятельности в тяжелых технических и финансовых условиях), исследователи выделяют и менее очевидные, например психологические барьеры, которые объяснялись стремлением издателей наследовать схемы украшения старинных переплетов с рамками и линейками, а также признание рисунка на обложке знаком легкомысленной и менее стоящей литературы. Читаем у критика и журналиста начала XX в. Станислава Песецкого: «Бывший графоман, бывшая обманутая любовью паненка, которая почувствовала божью волю порчи бумаги и чернил, а уже находили издателей и возможность восторгать читателя своей фамилией с цветной обложки» (цит. по [4, с. 124]). Простой проект обложек книг, увидевших свет в редакциях газет и журналов, объяснялся мнением, что заказанные заранее наименования уже не обязаны кокетничать с потребителем. Если обложки нот XIX в. «полнились шикарными гравюрами и артистическими задумками», художественная литература все так же появлялась

в простой наборной обложке, для украшения которой иногда использовались рамки, виньетки, символические отметки, разные крестики, сердечки, ангелочки и т. д. В конце XIX в. щедрое использование подобных знаков вместе с типографическими элементами и даже фигурными композициями становится очень модным. На обложке появляются орнаменты и узоры, связанные с наследием народного ремесла (например, фрагменты Слущких поясов) – художники охотно ссылаются на родную историю и традиции, ведь книга тогда служила, кроме всего прочего, еще и высокой идее укрепления национального самосознания. Немного ранее, в 70-х гг. XIX в., на обложках появляются гравюры большего размера и более смелых цветов – сначала в книгах для детей, а потом в изданиях юмористических, детективных и эротических. Вместе с иллюстрацией на обложке указывается ее автор; своеобразной маркой становится и имя переводчика. Однако уже в начале XX в. в проектировании книг наступают очередные изменения.

Обложка становится все менее украшенной. Не было это связано исключительно с техническими проблемами – хотя для белорусской книги данный фактор все еще был определяющим, особенно после событий революции 1905 г. В то время издания оформлялись очень скромно и «всем своим существом символизировали тогдашнее состояние белорусской культуры» [5, с. 377]. Тем не менее нельзя сказать, что белорусская книга не знала о существующих в Европе художественных течениях. Имея высокую цель развития родной литературы и пробуждения патриотических чувств в обществе, белорусские деятели старались издавать публикации скромные, но стильные и соответствующие своему времени. Поэтому, кроме орнаментальных рамок и черно-белых гравюр, помещенных как бы рядом с текстом, на обложках того времени встречаем гармоничные иллюстрационно-шрифтовые композиции, интересные художественные, эмоциональные, образные переосмысления содержания, а также решения с упором на типографику. К слову, о процессе создания последней обложки издатель книги отзывался так: «“Huslar” у мяне позніцца больш чым на 2½ нядзелі дзеля таго, што хацеў вкладку з рысункам. Зрабіў два рысункі і абодва забракаваў: каб не страціць больш часу, пусціў так, без рысунка і агледзеўся, як бачу, будзец дужа добра» [6, с. 408].

Художественным экспериментам способствовала белорусское авангардное течение (кроме прочих, витебская художественная школа): и хотя обложки ее творцов иногда выглядели достаточно эпатажно, вместе с тем стремились к сохранению искусства в повседневности. Появилась практика издания книг в нескольких вариантах:

обложке дорогой и дешевой; в анонсах редакций можно было прочитать следующее: «...выданне будзе дваякае: дарагое на пекнай паперы, быццам старасвецкай, ці на грубой белай, на выбар, у пекнай, з беларускім узорам, вокладцы, з партрэтамі песняроў, падклеенымі на шурпатую паперу...». А значит, издатели начинают учитывать новые правила рынка. На страницах специализированных справочников упоминается рекламная функция обложки – даже в тех раннесоветских, авторы которых пишут про неблагоприятные условия для развития художественной книги в буржуазных странах, освобождение рынка книги от «нездоровых особенностей капиталистического хозяйства» и, как следствие, отказ от рекламы как от уже ненужного явления [7, с. 59, 84]. «Если рядом лежат два издания одной книги: первое – с плохим внешним видом, второе – в яркой и заманчивой обложке, с умело выделенным заглавием – то обычно купят второе: люди привыкли судить по внешности. Помни, что ты должен стремиться к успеху книги, и не забывай этой коммерческой стороны» [3, с. 458]. Рекламным текстом посвящались даже целые разделы, однако не поощрялось их помещение на четвертой странице обложки художественных книг, поскольку они могли разрушить общую концепцию проекта. Чаще всего книги оформлялись так, чтобы привлечь внимание с витрины магазина, поэтому особенно продумывалась первая страница обложки, четвертая же могла и вовсе остаться незапечатанной, что, впрочем, в XX в. часто случалось.

**Заключение.** Таким образом, к первой половине XX в. белорусская книга приобрела основные издательские черты, знакомые нам сегодня. И хотя геополитические, экономические и общественные факторы значительно замедлили ее развитие, в истории отечественного книгоиздания можно заметить тенденции, типичные всему европейскому искусству. В свет выходят книги, учитывающие существующие художественные течения, хотя чаще всего обложки остаются наборными, украшенными небольшими виньетками и орнаментами (в отличие от соседей, которые в иллюстрировании использовали более смелые цвета и мотивы). Имена автора и других создателей книги становятся их марками. Значение получают также издательские организации, рекламирующие на обложке даже больше себя, чем автора. Все чаще на обложке появляется год издания – как знак новинки, также в определенной степени влияющий на читателя. Довольно типичным становится размещение на обложке девиза, который создавал определенное настроение и выполнял одновременно две функции: цитаты и названия издательства. Распространенным явлением было и издание книги в дорогом и более дешевом вариантах.

Можно утверждать, что работники издательской сферы начинают подчиняться новым правилам рыночной игры, а обложка с этого времени выполняет не только информационную, но и персвазивную функцию. Тем не менее остается еще много нерешенных задач, и одна из них – формирование «идеи прекрасной книги». Как разработать такое оформление, которое эффективно бы продавало книгу, не превращая ее одновременно в глазах читателя в кич? Как достичь гармонии иллюстрации и средств типографики?

Как сделать книгу яркой и в то же время эргономичной? Как показывают перечисленные вопросы, поиск идеала, начатый еще на рубеже XIX и XX вв., является все еще актуальным. А значит, при работе с обложкой стоит стремиться раскрыть все ее функции, не делая акцент исключительно на рекламе, но и не отказываясь от нее, чтобы, несмотря на разнообразие подходов и мнений, издание нашло единственно верное в конкретном контексте высказывание и в итоге служило одной цели – красоте жизни.

### Список литературы

1. Зайцева А. Книгопечатание в России на рубеже XVIII и XIX вв. // Книга в России до середины XIX века. Л.: Наука, 1978. С. 183–194.
2. Гапоненка І. А. Беларускае кнігадрукаванне XIX – пачатку XX стагоддзя: характэрныя асаблівасці // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2018. № 1 (207). С. 68–76.
3. Щелкунов М. История, техника, искусство книгопечатания. М; Л: Гос. изд-во, 1926. 508 с.
4. Dunin J. *Rozwój cech wydawniczych polskiej książki literackiej XIX–XX wieku*. Łódź: Uniwersytet Łódzki, 1982. 320 s.
5. Гісторыя беларускага мастацтва: у 6 т. Т. 3: Канец XVIII – пач. XX ст. Мінск: Навука і тэхніка, 1989. 448 с.
6. Кніга Беларусі, 1517–1917 [Электронны рэсурс]: зводны каталог. Мінск: НББ, 2005. 483 Мбайт.
7. Брылов Г. Обложка книги: Опыт исторического исследования. Л.: Изд-во Акад. художеств, 1929. 119 с.

### References

1. Zaytseva A. Printing in Russia at the turn of the 18<sup>th</sup> and 19<sup>th</sup> centuries. *Kniga v Rossii do serediny XIX veka* [The book in Russia till the middle of 19<sup>th</sup> century]. Leningrad, Nauka Publ., 1978, pp. 183–194 (In Russian).
2. Gaponenka I. A. Belarusian printing of 19<sup>th</sup> – the beginning of 20<sup>th</sup> century: main features. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series 1, Print- and Mediatechnologies, 2018, no. 1, pp. 68–76 (In Belarusian).
3. Shchelkunov M. *Istoriya, tekhnika, iskusstvo knigopechataniya* [The history, technique, art of printing]. Moscow; Leningrad, Gosudarstvennoye izdatel'stvo Publ., 1926. 508 p.
4. Dunin J. *Rozwój cech wydawniczych polskiej książki literackiej XIX–XX wieku* [The development of features of the Polish fiction book of the 19th and 20th centuries]. Łódź, Uniwersytet Łódzki Publ., 1982. 320 p.
5. *Gistoryya belaruskaga mastastva: u 6 t. T. 3: Kanets XVIII – pach. XX st.* [The history of Belarusian art. Vol. 3: The end of 18<sup>th</sup> – the beginning of 20<sup>th</sup> century]. Minsk, Navuka i tekhnika Publ., 1989. 448 p.
6. *Kniga Belarusi, 1517–1917: zvodny katalog* [The book of Belarus: joint catalog]. Minsk, NBB Publ., 2005. 483 Mb.
7. Brylov G. *Oblozhka knigi: Opyt istoricheskogo issledovaniya* [The book cover: historical research experience]. Leningrad, Izdatel'stvo Akademii khudozhestv Publ., 1929. 119 p.

### Информация об авторе

**Тарасевич Ксения Тарасовна** – магистр филологических наук, ассистент кафедры редакционно-издательских технологий. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: tarasevich.ksu@yandex.by

### Information about the author

**Tarasevich Kseniya Tarasovna** – Master of Philology, assistant lecturer, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: tarasevich.ksu@yandex.by.

Поступила 10.01.2021