

Библиотеки и книжная торговля въ ихъ взаимоотношеніи.

Докладъ Н. А. Ульянова. (Прочитанъ на засѣданіи 4-го іюня 1911 г.).

Книготорговля и библиотеки представляютъ собою два крупнѣйшихъ фактора культурно-просвѣтительнаго дѣла. На первый взглядъ это предпріятія двухъ совершенно различныхъ типовъ. Библиотеки въ большинствѣ случаевъ преслѣдуютъ культурную цѣль въ ея чистомъ видѣ—безъ примѣси задачъ наживы. Книгоиздательства и книготорговли, наоборотъ, почти всегда капиталистическія предпріятія, которыя именно прибыль отъ оборота имѣютъ въ виду. Но каждый знаетъ, что ни въ отношеніи библиотекъ, ни въ отношеніи книжнаго дѣла не всегда безусловно существуетъ такое различіе. Есть библиотеки предпринимательскія и книгоиздательства, не только работающія безъ всякой прибыли, а даже и съ нѣкоторымъ отѣнкомъ „общественной благотворительности“. Прибыльностью предпріятія нисколько не умаляетъ его культурнаго значенія.

И книготорговля, и библиотека служатъ дѣлу распространенія книгъ. Правда, книжная лавка часто продаетъ всякія книги, а библиотека производитъ отборъ. Однако, подборъ книгъ въ библиотекѣ, производимый плохими руками, ничѣмъ не лучше торговли безъ всякаго разбора. Съ другой стороны, огромное вліяніе оказываютъ на массоваго читателя книжные магазины, руководимые опытными, знающими книги, интеллигентными людьми. Трудно преувеличить культурное значеніе такихъ книжныхъ лавокъ.

И вотъ, несмотря на то, что книготорговля и библиотеки служатъ одному и тому же дѣлу, лишь разными путями, случаевъ взаимопомощи совсѣмъ не наблюдается, за весьма рѣдкими исключеніями. Книжный магазинъ существуетъ самъ по себѣ, библиотека—сама по себѣ. Ихъ сношенія между собою ограничиваются лишь куплей-продажей.

Между тѣмъ, поле для взаимопомощи открыто широкое. При этомъ я имѣю сейчасъ въ виду лишь такую взаимопомощь, отъ которой будетъ польза, такъ сказать, „третьему лицу“, читателю.

Я дѣлаю эту оговорку вотъ почему. Ясно, что помощь книготорговлѣ со стороны библиотекъ можетъ выражаться только въ рекламированіи продаваемыхъ книгъ. Предъ такимъ вопросомъ, особенно, выражающимся неприятнымъ словомъ—„реклама“,—иной можетъ остановиться въ нерѣшительности. Дѣлать рекламу, помогать торговлѣ, капиталистическому обороту—не всякій захочетъ. Но въ дѣйствительности, конечно, дѣло не имѣетъ такого неприятнаго привкуса. Помогать продажѣ хорошихъ книгъ, дѣлать имъ рекламу,—едва ли это сомнительное для культурнаго предпріятія дѣло. Наоборотъ—не есть ли это одна изъ его прямыхъ обязанностей? И развѣ не той же самой цѣли служатъ всевозможные рекомендательные каталоги, причемъ иной разъ имѣются „торговые“ отношенія такихъ каталоговъ съ опредѣленными книжными магазинами? Въдѣ дѣлать рекламу хорошимъ книгамъ—это вовсе не одно и то же, что дѣлать

рекламу мылу фабриканта Иванова предпочтительно предъ мыломъ фабриканта Петрова.

Задача библіотеки не только выдавать читателю ту книгу, которую онъ спрашиваетъ, но также знакомить его со всѣмъ своимъ книжнымъ богатствомъ. Въ этомъ отношеніи каталогъ библіотеки далеко не удовлетворительное средство. Фамилія автора и названіе книги не даютъ всего, что нужно читателю въ его поискахъ за матеріаломъ для чтенія. Каждый библіотекаръ знаетъ, какъ часто обращаются къ нему читатели съ вопросомъ о содержаніи книги. Между тѣмъ, каталоги нашихъ библіотекъ до сихъ поръ игнорируютъ способъ, хотя бы частичнаго, раскрытія содержанія книгъ при помощи предметнаго указателя. Идеальное средство—дать читателю свободный доступъ ко всѣмъ книжнымъ полкамъ. Онъ самъ находитъ книгу, просматриваетъ ее, знакомится съ содержаніемъ, съ характеромъ, съ языкомъ и опредѣляетъ, подходитъ эта книга къ его потребностямъ или нѣтъ. Къ сожалѣнію, въ огромномъ большинствѣ случаевъ нельзя открыть такой доступъ читателей къ книжнымъ полкамъ. Не говоря уже о многихъ другихъ причинахъ, читатели только по незнанію легко нарушаютъ порядокъ въ библіотекахъ. Поэтому, нѣкоторыя библіотеки (въ Западной Европѣ очень многія) допускаютъ лишь частичное примѣненіе этой мѣры. Въ читальный залъ выносятъ лишь нѣкоторыя, наиболѣе ходовыя, наиболѣе нужныя для справокъ книги.

Но библіотека должна итти дальше, не ограничиваясь тѣмъ, чтобы знакомить читателя съ характеромъ содержанія своихъ шкафовъ, со своимъ инвентаремъ, который, во многихъ случаяхъ, можетъ быть очень недостаточенъ. При той огромной наличности литературы, которой обладаетъ даже русскій книжный рынокъ, одна изъ заботъ библіотеки заключается въ томъ, чтобы поставить надлежащимъ образомъ справочный, библіографическій отдѣлъ. Этотъ отдѣлъ долженъ быть во всякомъ случаѣ такъ организованъ, чтобы пользованіе имъ было доступно каждому читателю, чтобы онъ могъ самъ брать нужную ему книгу этого отдѣла. Огромное значеніе для этого отдѣла представляютъ каталоги книгоиздательствъ и книжныхъ магазиновъ. Эти каталоги даютъ наиболѣе точное указаніе размѣра и цѣны книги. Но кромѣ того многіе изъ нихъ даютъ очень цѣнныя краткія описанія содержанія книги, что чрезвычайно важно для оріентировки читателя. Имѣя у себя по возможности полную коллекцію такихъ издательскихъ и книгопродавческихъ каталоговъ, всегда обновляемыхъ, библіотека окажетъ крупную помощь своимъ читателямъ. Собрать же каталоги въ сущности не представляетъ никакого затрудненія. Почти всѣ книготорговли высылаютъ свои каталоги бесплатно, даже по требованію частнаго лица. Во много разъ цѣннѣе требованіе библіотеки, которая является невольнымъ контрагентомъ книготорговли, выкладывая ея каталогъ въ своемъ библіографическомъ справочномъ отдѣлѣ. Я думаю, что въ интересахъ книготорговли отпустить библіотекамъ бесплатно даже тѣ каталоги, которые обычно не пускаются въ бесплатную раздачу, а продаются. Слѣдуетъ также обратить вниманіе библіотекъ на цѣлый рядъ высоко-цѣнныхъ каталоговъ антикварныхъ книжныхъ лавокъ (букинистовъ). Имѣть эти каталоги въ справочно-библіографическомъ отдѣлѣ—безусловно необходимо. И, съ другой стороны, въ

интересах букинистовъ, чтобы ихъ каталоги были въ справочномъ отдѣлѣ каждой библіотеки. Справочно-библіографическій отдѣлъ, несомнѣнно, повліяетъ также на записи въ тетрадь требованій выписки новыхъ книгъ. Записи будутъ сознательнѣе, такъ какъ читатели получатъ возможность точнѣе ориентироваться въ книжномъ богатствѣ.

Я не хочу вдаваться въ подробности устройства этого отдѣла. Моя задача—лишь указать на тѣсную связь организации библіографическаго отдѣла съ установленіемъ постоянныхъ отношеній къ книгопродавческимъ фирмамъ.

О томъ, что организація подобныхъ отдѣловъ при библіотекахъ полезна для книгопродавцевъ и книгоиздателей, нечего и говорить. Ихъ прямой интересъ всячески поддерживать, пополнять и обогащать такіе отдѣлы.

Огромное значеніе для всякаго магазина, въ томъ числѣ и для книжнаго, имѣетъ выставка въ окнахъ и въ отдѣльныхъ витринахъ. Нельзя сдѣлать точнаго подсчета, но очень значительную часть продаваемыхъ магазиномъ книгъ слѣдуетъ отнести на долю вліянія витринъ. Созданіе такихъ витринъ въ библіотекахъ есть прямой интересъ книгопродавца. Книжки въ витринахъ должны возможно чаще мѣняться, чтобы знакомить читателей съ выходящими новинками. Библиотека, допуская такія витрины въ своемъ помѣщеніи, не только помогаетъ ознакомленію читателей съ книжнымъ рынкомъ, но можетъ извлечь и нѣкоторый матеріальный доходъ. Книготорговецъ, который платитъ хозяину дома, гдѣ помѣщается его магазинъ, за „выставочныя“ окна, можетъ платить нѣкоторую сумму и библиотекѣ за право выставить свою витрину.

Правда, отъ нѣкоторыхъ книготорговцевъ приходится слышать такое мнѣніе, что библиотека подрываетъ книжную торговлю, такъ какъ снабжаетъ однимъ экземпляромъ книги многихъ читателей. И потому книготорговецъ, исходя изъ своихъ коммерческихъ соображеній, не можетъ поддерживать библіотеки. Едва ли стоитъ доказывать, насколько ошибочно такое мнѣніе. Не говоря уже о сторонѣ идейной, оно ошибочно и съ коммерческой стороны. По мѣрѣ развитія книжнаго рынка все меньше и меньше находится охотниковъ покупать книги „въ слѣпую“. Прежде, чѣмъ купить книгу, каждый хочетъ, хоть приблизительно, ознакомиться съ ея содержаніемъ. Библіотеки помогаютъ такому ознакомленію, тѣмъ самымъ помогаютъ и распространенію книгъ.

Навстрѣчу желанію покупателя—познакомиться съ содержаніемъ книги раньше, чѣмъ пріобрѣсти ее, первыми пошли антикварные магазины. За границей не рѣдкость встрѣтить на такихъ магазинахъ аншлаги: „Разрѣшается рыться на полкахъ“. Для любителей книгъ такое позволеніе представляетъ большую привлекательность. Букинистамъ, конечно, было не трудно ввести эту мѣру, такъ какъ подержанныя книги мало могутъ пострадать отъ просмотра ихъ покупателями. Другое дѣло съ книгами новыми. Пересмотрѣнные нѣсколькими покупателями, перелистанныя, онѣ уже теряютъ свою свѣжесть, уже будутъ выглядѣть потрепанными и пойдутъ въ бракъ. Но съ этимъ приходится считаться. Покупатель хочетъ знать пріобрѣтаемую книгу не только по заглавію, онъ хочетъ, хотя бы поверхностно, ознакомиться съ ея содержаніемъ. Болѣе того, покупа-

тель часто не знаетъ точно, какую книгу онъ хочетъ купить. Онъ только приблизительно можетъ указать отдѣлъ. Ему нужно пересмотрѣть иной разъ не одинъ десятокъ книгъ прежде, чѣмъ онъ нападетъ на понравившуюся ему. Идя навстрѣчу такой потребности, нѣкоторые книжные магазины въ Западной Европѣ стали даже устраиваться по особому типу. При магазинѣ имѣется нѣчто вродѣ кабинета для чтенія, гдѣ покупатели могутъ просматривать книжныя новинки, разложенныя на столахъ и на полкахъ. Можно оставаться часами въ такомъ магазинѣ, просматривая книги, не задерживая продавца, не стѣняясь временемъ, и уйти, не купивъ ничего. Кромѣ того, въ Германіи очень распространенъ обычай выписывать книги на просмотръ. Провинціальный книжный магазинъ не можетъ держать у себя на складѣ всѣ книги рынка. Если покупатель заявляетъ, что ему нужна такая-то книга, но онъ не можетъ выписать ее, не просмотрѣвъ предварительно, то магазинъ выписываетъ книгу отъ своего контрагента лишь на просмотръ. Покупатель въ правѣ отказаться отъ приобрѣтенія книги, если она при просмотрѣ имъ окажется не подходящей. При этомъ магазинъ не взysкиваетъ даже платы за пересылку.

Завести такіе обычаи въ Россіи въ тѣхъ размѣрахъ, какъ они уже практикуются за границей, едва ли можно въ близкомъ будущемъ. Но кое-что сдѣлать въ этомъ направленіи безусловно слѣдуетъ, и прежде всего на почвѣ общенія книжныхъ магазиновъ и библіотекъ. Книжные магазины должны дать библіотекамъ возможность выписывать книги на просмотръ. Тогда выписку новыхъ книгъ можно поставить лучше, не основываясь часто только на журнальных рецензіяхъ. Если еще библіотека дастъ возможность бѣгло ознакомиться съ присланными на просмотръ книгами своимъ наиболѣе извѣстнымъ абонентамъ, то отъ подобной присылки книгопродавецъ можетъ лишь выиграть. Для издательствъ же, выпускающихъ книги въ большомъ количествѣ экземпляровъ, выгодно посылать по одному экземпляру выпускаемыхъ книгъ въ пользованіе библіотекамъ на нѣкоторое время. Издательство выберетъ, конечно, тѣ библіотеки, которыя особенно могутъ послужить цѣлямъ рекламы. Посылать можно недѣли на 2—3 съ тѣмъ, чтобы книжки выкладывались въ читальномъ залѣ на общій просмотръ. Тѣ же экземпляры могутъ служить для послѣдовательной посылки ихъ въ другія библіотеки, также для временнаго выкладыванія въ читальнѣ. Такая система представляетъ для книгопродавцевъ во всякомъ случаѣ большую выгоду, чѣмъ посылка книгъ для рецензій во множестве періодическихъ изданій, изъ которыхъ большинство или совсемъ не помѣщаетъ рецензій или въ очень ограниченномъ числѣ.

Таковы общіе штрихи взаимныхъ отношеній, которыя должны, по моему, обязательно установиться между библіотеками и книжной торговлей.