

Из истории музыкальной культуры России

Научная статья

УДК 78.075+781.973.4

<https://doi.org/10.56620/2782-3598.2024.2.084-099>

EDN: IDKQVU



Каталоги и прейскуранты нотоиздательской фирмы «Юлий Генрих Циммерман»: организация, рекламные механизмы, ассортимент (из фондов Российской государственной библиотеки)

Ольга Владимировна Радзецкая

*Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство),
Институт «Академия имени Маймонида»,
г. Москва, Российская Федерация,
olgabreman@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1595-1047>*

Аннотация. Нотоиздательское дело второй половины XIX – начала XX века — одно из интереснейших явлений в отечественной культуре, позволяющее проанализировать специфику его развития и необъятный научный диапазон. В статье исследуются рекламная продукция, периодические каталоги и прейскуранты отдельного полиграфического предприятия, и, как результат, возникает необходимость целостного восприятия производимого ассортимента и ряда его особенностей. Как правило, это связывается с коммерческими интересами профильных фирм, выпускавших и реализовывавших нотоиздательскую продукцию, рыночной ситуацией, объективными и субъективными факторами исторического периода. Издательство «Юлий Генрих Циммерман» — лидер промышленного сегмента, применявший передовые технологии в изготовлении и реализации нотной литературы. Масштаб этой деятельности в полной мере отражён в хранящихся в фондах Российской государственной библиотеки специальных каталогах (содержащих ценный материал об их культурном профиле, экономических стратегиях, рекламных механизмах и художественной составляющей) как обобщающем примере работы многих конкурентных предприятий. В центре внимания — каталоги, охватывающие период с 1885 по 1911 год — время создания системной сетевой торговли, открытия иностранных отделений, завоевания устойчивого международного авторитета. Рассмотрение данных образцов позволяет понять алгоритмы получения денежной прибыли и маркетинговые ходы, востребованные и в настоящее время.

Ключевые слова: Ю. Г. Циммерман, нотоиздательское дело в России, музыкальные магазины, торговая политика нотоиздателей

Для цитирования: Радзецкая О. В. Каталоги и прейскуранты нотоиздательской фирмы «Юлий Генрих Циммерман»: организация, рекламные механизмы, ассортимент (из фондов Российской государственной библиотеки) // Проблемы музыкальной науки / Music Scholarship. 2024. № 2. С. 84–99. <https://doi.org/10.56620/2782-3598.2024.2.084-099>

From the History of the Musical Culture of Russia

Original article

Catalogues and Price Lists of the Music Publishing Company “Julius Heinrich Zimmerman”: Organization, Advertising Mechanisms and Trade Assortment (from the Collections of the Russian State Library)

Olga V. Radzetskaya

*Kosygin State University of Russia (Technologies. Design. Art),
Institute “Academy of Maimonides,”
Moscow, Russian Federation,
olgabreman@yandex.ru✉, <https://orcid.org/0000-0003-1595-1047>*

Abstract: The music publishing business of the second half of the 19th and the early 20th centuries is one of the most interesting phenomena in Russian culture that makes it possible for us to analyze the specific features of its spatial and temporal development and a vast scholarly range. The article examines the advertising materials, periodical catalogues and price lists of individual printing company, and as a result the necessity arises for a holistic perception of the manufactured assortment and a certain number of its features. As a rule, this is associated with the commercial interests of specialized firms that published and sold musical scores and books about music, the situation in the market of that time, as well as the objective and subjective factors of historical time. The publishing house “Julius Heinrich Zimmerman” was the leader of the industrial segment that made use of advanced technologies in the publishing and sales of sheet music. The scale of this activity is fully reflected in the special catalogues preserved in the funds of the Russian State Library (containing valuable material about their cultural profile, economic strategies, advertising mechanisms and artistic components) — a generalizing example of the work of many competitive enterprises. The focus of our attention lies on catalogues covering the time period between 1885 and 1911 — the time period of the creation of a systemic network trade, the opening of branches in other countries, and the achievement of a stable international reputation. Examination of these samples makes it possible to understand the algorithms of obtaining monetary profit and marketing moves that are also on demand at the present time.

Keywords: Julius Heinrich Zimmerman, music publishing business in Russia, musical stores, trade policies of music publishers

For citation: Radzetskaya O. V. Catalogues and Price Lists of the Music Publishing Company “Julius Heinrich Zimmerman”: Organization, Advertising Mechanisms and Trade Assortment (from the Collections of the Russian State Library). *Problemy muzykal'noi nauki / Music Scholarship*. 2024. No. 2, pp. 84–99. (In Russ.) <https://doi.org/10.56620/2782-3598.2024.2.084-099>

Введение

Во второй половине XIX века в промышленной среде уже сформировались определённые каноны и алгоритмы, зарекомендовавшие себя как эффективные механизмы продаж. Их специфика, качество и объём ориентировались на различные социальные слои населения и являлись прямым отражением конъюнктуры и торговой политики, устойчивыми векторами экономического движения. Безусловным лидерством в этом процессе обладали крупнейшие фирмы «П. Юргенсон», «А. Гутхейль», «Юлий Генрих Циммерман»¹, «М. П. Беляев» («М. Р. Belaieff») в Лейпциге, «В. В. Бессель», формировавшие культурный ландшафт нотоиздательского дела.

Профильные исследования Д. Ломтева, посвящённые фирме «Ю. Г. Циммерман», описывают приоритетные направления работы издательства, его цели и задачи (см., например: [1; 2; 3; 4]). В них подчёркивается, что «...коммерческие стратегии в формировании ассортимента, в оптимизации затрат на производство полиграфической продукции, наконец, в выстраивании взаимоотношений с ключевыми для издательской политики авторами обеспечили Циммерману высокую конкурентоспособность и признание музыкальной общественности как в России, так и в Германии» [1, с. 198]. Данная статья связывается с *периодическими каталогами фирмы «Ю. Г. Циммерман»*,

что является новым ракурсом заданного научного направления.

Нотоиздательская фирма «Юлий Генрих Циммерман»: функциональные основы и технологии продаж

Успех, сопутствовавший Циммерману на российском и западноевропейском рынках, заставляет подробнее обратиться к технологиям продаж того времени. В своём исследовании Д. Ломтев указывает на «систему комбинированного ассортимента» [там же], позволяющую быстро реализовывать малоходовой товар и компенсировать потери за счёт увеличения тиражного объёма с постепенным выходом на планируемую доходность. Эффективность данной схемы способствует укреплению экономических показателей, росту производственных мощностей, а в целом и деловой репутации фирмы.

Л. Чалдаева подчёркивает: «...формирование на этой основе системы хозяйствования происходит под влиянием исторических процессов, отражающих уровень материального и экономического состояния общества»². В более широком понимании во взаимодействии искусства и капитала особое звучание приобретает культурная трансформация общественного сознания и, как следствие, растущий интерес к музыке и музыкальному образованию³. Понимание этой ситуации, глубокие профессиональные знания

¹ Далее по тексту — «Ю. Г. Циммерман».

² Чалдаева Л. А. Экономика предприятия: учебник. М.: Юрайт, 2011. С. 13.

³ Самым известным примером здесь служит открытие в 1859 году Русского музыкального общества, Петербургской (1862) и Московской (1866) консерваторий при активном участии в их работе отечественных нотоиздателей.

и коммерческая интуиция позволили Циммерману создать универсальный финансовый механизм, отлично зарекомендовавший себя на различных этапах жизни предприятия⁴ и сменах социально-общественного строя.

У Циммермана «комбинированный ассортимент» получил широкое распространение путём внедрения в специфику его деятельности разнообразных векторов производства — нотоиздательства, музыкальных инструментов, аксессуаров и грампластинок, пользовавшихся большим спросом у отечественных и зарубежных потребителей. Обозначенный принцип хозяйствования демонстрировал современный подход к разработке экономической концепции отрасли и двигался к её универсальной модели, способной выдерживать нестабильность рыночных ситуаций.

На пути к этим достижениям фирма «Ю. Г. Циммерман» прошла несколько этапов. В начале своей российской карьеры её владелец руководствовался крайне простыми и классическими методами получения быстрых материальных выгод. Д. Ломтев указывает, что после 1875 года, оставив работу финансового служащего в «Mendelssohn & Co», Циммерман сосредоточился на распространении «недорогих нот и музыкальных инструментов, которые он *закупал небольшими партиями в Германии* [курсив мой.

— О. Р.]. Особенно прибыльной оказалась продажа гармоник, благодаря чему в кратчайшие сроки скопились достаточные средства для дальнейших инвестиций» [2, с. 51].

Ещё одним важным шагом на пути к материальному благополучию стали большие тиражные объёмы изданий «лёгкой» музыки. Д. Ломтев подчёркивает, что с этими масштабами могли поспорить только учебно-методические, педагогические материалы, которые с самого начала деятельности предприятия относились «к предполагаемым в его торговых филиалах инструментам, сначала импортным, а с 1883 года изготовленным в собственных мастерских» [там же, с. 52].

Таким образом, минимизация финансовых рисков путём обособления структурных подразделений фирмы явилась большим вкладом Циммермана в развитие нотоиздательской промышленности, ознаменовавшим её новый исторический этап.

В 1886 году предприниматель вернулся на родину в Германию, перенеся центральное представительство в Лейпциг. Это решение никак не связывалось с традицией закрытия или перепродажи своего бизнеса в России при достижении стабильного материального благополучия⁵.

Фирма расширяла свою коммерческую географию в русле общемировой тенденции, когда, по выражению В. Федотовой, «...заметной фигурой капитализма в этот

⁴ «Предприятие — основное звено экономики — представлено как участник производственных отношений, осуществляющее предпринимательскую деятельность в виде обособленной производственно-хозяйственной единицы определённой организационно-правовой формы. Его основная цель — получение прибыли». См.: Чалдаева Л. А. Указ. соч. С. 13.

⁵ В качестве примера речь может идти о И. Д. Герстенберге, после семилетнего пребывания в России вернувшемся обратно в Германию. О подобной модели поведения иностранных предпринимателей пишет в своей работе Б. Юргенсон. См.: Юргенсон Б. П. Очерк истории нотопечатания. М.: Гос. изд-во. Музыкальный сектор, 1928. 188 с.

период стал „экономический человек“ <...> идеальный тип капиталиста, расширяемый под знаменем успеха и рациональности на других участников капиталистического производства»⁶. Понятно, что в этом ракурсе деятельность издательства являлась не только отражением определённой социальной системы. Явный перевес материального над творческим никогда не исключал их синтеза на пути к глобализации делового имиджа. Присутствие Циммермана на мировом нотоиздательском рынке увеличилось до миллионов тиражей, выпускаемых по обе стороны океана (американский партнёр — компания G. Schirmer в Нью-Йорке), а участие в международных выставках стало постоянным и существенно результативным с получением золотых медалей за инструменты, производимые «Jul. Heinr. Zimmermann»⁷.

После 1886 года деловая репутация Циммермана на Западе чрезвычайно окрепла благодаря изданию сочинений М. Балакирева, С. Ляпунова, Ц. Кюи, А. Гречанинова, а потом и Н. Метнера⁸. Популяризация музыки отечественных композиторов за рубежом благотворно сказывалась на официальном имидже компании. В международном сообществе, особенно после 1917 года, этот вектор мог служить «пропуском» в мир большого бизнеса. Благодаря предпринятым

мерам масштаб деятельности «Jul. Heinr. Zimmermann» закономерно увеличивался и становился в один ряд с крупнейшими транснациональными корпорациями.

Причинно-следственные траектории внутренней и внешней политики фирмы не носили хаотического характера. Напряжённая конкурентная борьба изначально способствовала поискам эффективного распределения основных и оборотных средств, скрупулёзному подсчёту материальных ресурсов, их грамотному вложению и использованию. Другая сторона вопроса заключалась в переходе на иные функциональные основы с отказом от реактивной схемы управления (как откликом на произошедшие события) и внедрением системы планирования, анализа и прогнозирования. В современном звучании — «в разработке и практическом осуществлении планов, определяющих будущее состояние экономической системы, а также путей, способов и средств его достижения»⁹.

Каталоги нотоиздательской фирмы «Юлий Генрих Циммерман»: торговая политика, маркетинговые ходы и рекламные механизмы

Каталоги нотной продукции «Ю. Г. Циммерман» позволяют частично проследить динамику издаваемого ассортимента и торговую политику фирмы на

⁶ Федотова В. Г., Колпаков В. А., Федотова Н. Н. Глобальный капитализм: три великие трансформации. М.: Культурная революция, 2008. С. 197.

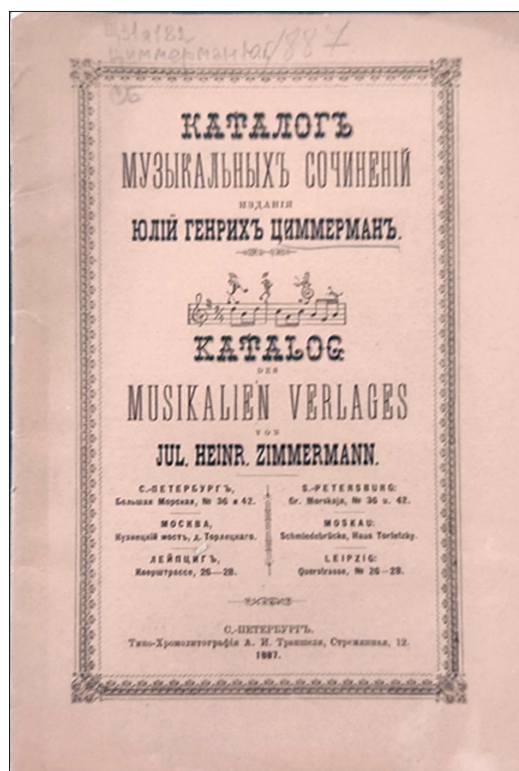
⁷ В 1904 году фирмой была приобретена фортепианная фабрика Г. Фидлера с последующим выпуском инструментов под её прежним наименованием.

⁸ Истории и торговой стратегии фирмы «Юлий Генрих Циммерман», производимому ассортименту, взаимосвязям «композитор — издательство — композитор» и другим профильным темам посвящены упомянутые работы Д. Ломтева.

⁹ О’Лири Д. ERP-системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. М.: Вершина, 2015. С. 30.

протяжении определённого исторического времени¹⁰. Из них следует, что до и после переезда в Лейпциг, реорганизации центра и открытия филиалов Циммерман выпускал общие каталоги и их тематические серии: для оркестровых групп и отдельных инструментов. В совокупности они выходили под заголовком «Общий полный каталог нот нотной торговли и издания нот “Юлий Генрих Циммерман”». Каждый из них насчитывал разное количество подгрупп, в целом до двенадцати¹¹. В огромном разнообразии наименований фигурировали сочинения для военного хора, пения, фисгармонии, гитары, дешёвые «Издания Циммерман» и др. В одном из самых ранних каталогов — для фисгармонии (подгруппа № 4) за 1885 год — уже присутствует традиционный порядок нумерации¹².

Интересным является рекламный материал в изданиях, последовавших после «переезда» главной конторы в Лейпциг. Каталог за 1887 год выглядит необыкновенно красочно для «скупого» на оформление технической литературы Циммермана. Титульный лист украшен нарядной рамкой, буквенный текст набран особым «парадным» шрифтом. Центральная часть иллюстрирована нотным станом с нисходящими секвенциями «Камаринской», с пляшущими фигурками скрипичного и басового ключей, нот и пауз. Среди торговых площадок на русском и немецком языке указаны: С.-Петербург, Москва и Лейпциг¹³ (см. ил. 1 и 2).



Ил. 1. Каталог музыкальных сочинений издания «Юлий Генрих Циммерман», 1887. Титульный лист
 Il. 1. Catalogue of Musical Compositions Published in the "Julius Heinrich Zimmermann" Publishing House, 1987.
 Title page



Ил. 2. Каталог музыкальных сочинений издания «Юлий Генрих Циммерман», 1887. Титульный лист (фрагмент)
 Il. 2. Catalogue of Musical Compositions Published in the "Julius Heinrich Zimmermann" Publishing House, 1987.
 Title page (Fragment)

¹⁰ В статье рассмотрены каталоги с 1885 по 1911 год из фондов Российской государственной библиотеки.

¹¹ Издательство «Ю. Г. Циммерман» выпускало и другие каталоги, вне данной серии.

¹² Общий полный каталог нот нотной торговли и издания нот «Юлий Генрих Циммерман». Каталог нотам № 4 для фисгармонии. СПб.: Типолитография Б. Г. Янпольского, 1885. 23 с.

¹³ Каталог музыкальных сочинений издания «Юлий Генрих Циммерман». СПб.: Типолитография А. И. Траншеля, 1887. 24 с.

На обороте титульного листа фирма «Юлий Генрих Циммерман» представлена как «Главное депо музыкальных инструментов и нот» с демонстрацией выставленных на продажу струнных и духовых инструментов, гармоней и различных аксессуаров с сопроводительными иллюстрациями. Внутренние страницы также оформлены по-особенному: текст заключён в узкие, мало декорированные рамки с большими полями. Принцип комбинирования наблюдается и в этом случае. Как пример, «Школы и этюды для скрипки» ведут к сочинениям «Для одной скрипки» и далее — «Для скрипки с фортепиано». Аналогичная система применяется практически везде.

Данный каталог собран иначе, чем другие подобные издания. Во-первых, он напечатан на более плотной бумаге, во-вторых, в нём присутствуют так называемые «Собрания». Это «Цецилия» — любимейшие танцы, марши и пьесы для военного хора в партитурах; «Арион» для «медного хора», «Орфеон» для бального (струнного) оркестра, теоретические работы и «Дешёвые издания Циммерман», относительно условные по своей стоимости (для сравнения, «Полная школа пения» Л. Лаблаша равнялась пяти рублям за единицу товара).

На последних страницах Циммерман собирает интересную для пользователя информацию, указывая, что каталоги дешёвых изданий «Литольф» и «Петерс» предоставляются бесплатно, равно как и «Иллюстрированный Прейскурант» главного депо музыкальных инструментов. В то же время на тематические каталоги

устанавливается своя цена. В 1887 году в них наблюдается другая последовательность, чем в более поздние годы. Она выглядит следующим образом: «№ 1. Для медных и деревянных духовых инструментов — 20 коп.; <...> № 3. Для скрипки и других струнных инструментов — 30 коп.; № 4. Для фисгармонии — 20 коп.; <...> № 6. Для фортепиано в 2 руки (375 стр.) — 40 коп.»¹⁴. В начале XX века подобный подход ещё сохраняется (каталоги 1900, 1904 годов), но в дальнейшем в некоторых случаях за большинство наименований приходится платить уже 40 копеек.

Циммерман максимально эффективно использует печатные площади, размещая на обложках рекламные предложения о дополнительных услугах и продаже музыкальных инструментов. В том же каталоге за 1887 год он приводит рекомендации профессора Л. Келера, который пишет: «Для домашней музыки лучше всего можно рекомендовать фисгармонию. Было бы желательно, чтобы в каждом семействе, в котором любят музыку и средства позволяют приобрести фисгармонию, был такой инструмент. Кто играет на фортепиано, хотя [бы] народные песни и простые пьесы, тот, играя на фисгармонии, может доставить большое удовольствие в своём кругу»¹⁵. Рядом же располагаются рисунки: американская модель фисгармонии за 275 рублей и иллюстрация сцены домашнего музицирования. Подобные технологии продаж можно обнаружить и сегодня.

Отметим, что в своих каталогах Циммерман отводит фисгармонии большое место. В образце за 1889 год можно найти

¹⁴ Там же. С. 24.

¹⁵ Там же.

вступительную статью, заимствованную из журнала «Нива» (№ 18, 1888 год), где объясняется возникновение, природа и замечательные игровые характеристики инструмента: «Во-первых, фисгармония не требует большого технического искусства, и научиться играть на ней довольно легко; во-вторых, благодаря нескольким разным регистрам она даёт возможность производить замечательные музыкальные эффекты; в-третьих, она вполне пригодна и для духовной музыки, и для аккомпанемента при домашнем концерте...»¹⁶. Как пример: в знаменитой семье Васнецовых обучались пению, игре на фисгармонии, а затем и на фортепиано [5, с. 198]. А Д. Ломтев пишет, что это было особенно интересно «...для любителей музыки в отдалённых регионах России, куда не часто или вовсе не приезжали с гастрольями знаменитые исполнители» [3, с. 60].

Краткая аннотация сопровождает и американские модели фисгармонии, которые «...отличаются весьма приятным мягким тоном, простой прочной конструкцией и изящной отделкой»¹⁷. Текст дублируется на немецком языке. Цены варьируются от 150 до 175 рублей, в противоположность «дешёвому» французскому варианту за 100 рублей. Однако сравнивая все показатели, трудно создать из них какую-либо систему. Вероятнее всего, главное их отличие — модельный ряд, страна-изготовитель и набор технических функций¹⁸.

В другом общем каталоге за 1889 год с рекламной целью приводится большая статья из «Берлинской биржевой газеты» о знаменитом новейшем сочинении Карла Рейнеке «От колыбели до могилы» в форме 16 нетрудных фортепианных пьес. Их рекомендуют профессор Бреслаур в «Klavierlehrer» (1 декабря 1888), «Национальная газета» (15 декабря 1888), «Новая Берлинская музыкальная газета» (27 декабря 1888), «Лейпцигский дневник» (21 декабря 1888), «Лейпцигская судебная газета» (14 ноября 1888), «Реформа» (28 ноября 1888), «Страсбургская почта» (8 декабря 1888), «Данцигская газета» (21 декабря 1888). Последняя из них пишет: «Требования фортепианной техники в настоящее время так велики, что из-за них музыка потеряла теперь тот смысл, который был присущ раньше <...> И вот в своём новом сочинении Рейнеке старается сделать музыку доступною и посредством сил...»¹⁹.

В торговой практике Циммермана случается и объединение в одно издание каталога и преискуранта. Так, в 1888 году были представлены «ноты для военной музыки и медного хора», ноты для деревянных и медных духовых инструментов без аккомпанемента фортепиано со списком школ для всех инструментов и в качестве Прибавления — иллюстрированный преискуронт оркестровых музыкальных инструментов и принадлежностей к ним. Ценник формируется очень скрупулёзно: для большого

¹⁶ Каталог нотам для фисгармонии. Юлий Генрих Циммерман. М.: Тип. Г. С. Зотова, 1889. С. 1.

¹⁷ Там же.

¹⁸ Ценовой ряд французских фисгармоний в некоторых каталогах Циммермана колеблется от 4 октав, 49 голосов и 1 регистра за 100 рублей до 5 октав, 276 голосов и 19 регистров за 500 рублей.

¹⁹ Каталог музыкальных сочинений «Юлий Генрих Циммерман». М.: Тип. Г. С. Зотова, 1889.

(пехотного) военного хора, для медного хора с кларнетами *in Es*, двумя *in B*, для медного (кавалерийского) хора. В тексте фигурируют примечания, касающиеся исполнительских составов. Прейскурант отделён от каталога рекламной картиной с изображением «Собственной мастерской медных духовых инструментов»²⁰ (ил. 3). Подобная практика встречается и у Ф. Детлафа — младшего партнера Циммермана. Однако школы игры на духовых инструментах приводятся раньше в общем списке нотной литературы²¹.

Крайне интересно выглядит издание Циммермана за 1897 год, позиционируемое как «Ноты-новости», — «извлечение» из подробных каталогов нот²². Красочно оформленная обложка привлекает внимание очаровательным изображением маленького эльфа, играющего на скрипке (ил. 4). Его обнажённая фигурка, цветок, служащий основанием всей композиции, задумчивый взгляд, устремлённый в небо, настраивают на особое восприятие. Среди открытий — табель-календарь на 1897 год с датами



Ил. 3. Общий полный каталог нот Главного депо музыкальных инструментов и нот «Юлий Генрих Циммерман» (1888, № 11; фрагмент оформления)

Il. 3. General Full Catalogue of the Chief Depository of Musical Instruments and Scores "Julius Heinrich Zimmermann" (1888, No. 11; fragment of design)

²⁰ Общий полный каталог нот Главного депо музыкальных инструментов и нот «Юлий Генрих Циммерман». № 11. СПб.: Типография и Фототипия В. И. Штейна, 1888. 36 с.

²¹ Как правило, что можно наблюдать и в прейскурантах Ф. Детлафа, предлагаемый к продаже ассортимент сопровождается «Школами игры» на том или ином инструменте, размещёнными в непосредственной от них близости.

²² Ноты-новости изданий «Юлий Генрих Циммерман». СПб.: Типолитография В. А. Вацлика, 1897. 24 с.



Ил. 4. Ноты-новости изданий «Юлий Генрих Циммерман», 1897.
Титульный лист

Il. 4. Novelties among the Scores of the Publications
of the "Julius Heinrich Zimmermann" Publishing House, 1897.
Title page

церковных праздников и постов и, конечно, салонные пьесы с указаниями степеней трудности.

На самом видном месте рекламируется сборник в шести тетрадях «50 лучших русских народных песен, гармонизированные и обработанные» op. 26 A. Schäfer с отдельной надписью: «Посвящается памяти незабвенного Чайковского». Рядом приводится аннотация: «Эти, чрезвычайно оригинально, в русском духе, обработанные, частью заново гармонизированные, притом легко аранжированные жемчужины русских народных

песен, предоставят хорошим и менее слабым игрокам источник неиссякаемого удовольствия, тем более что поныне в музыкальной литературе не было действительно хороших переложений русских народных мотивов в 4 руки...»²³. Похожий текст предназначается и для «Русских плясок».

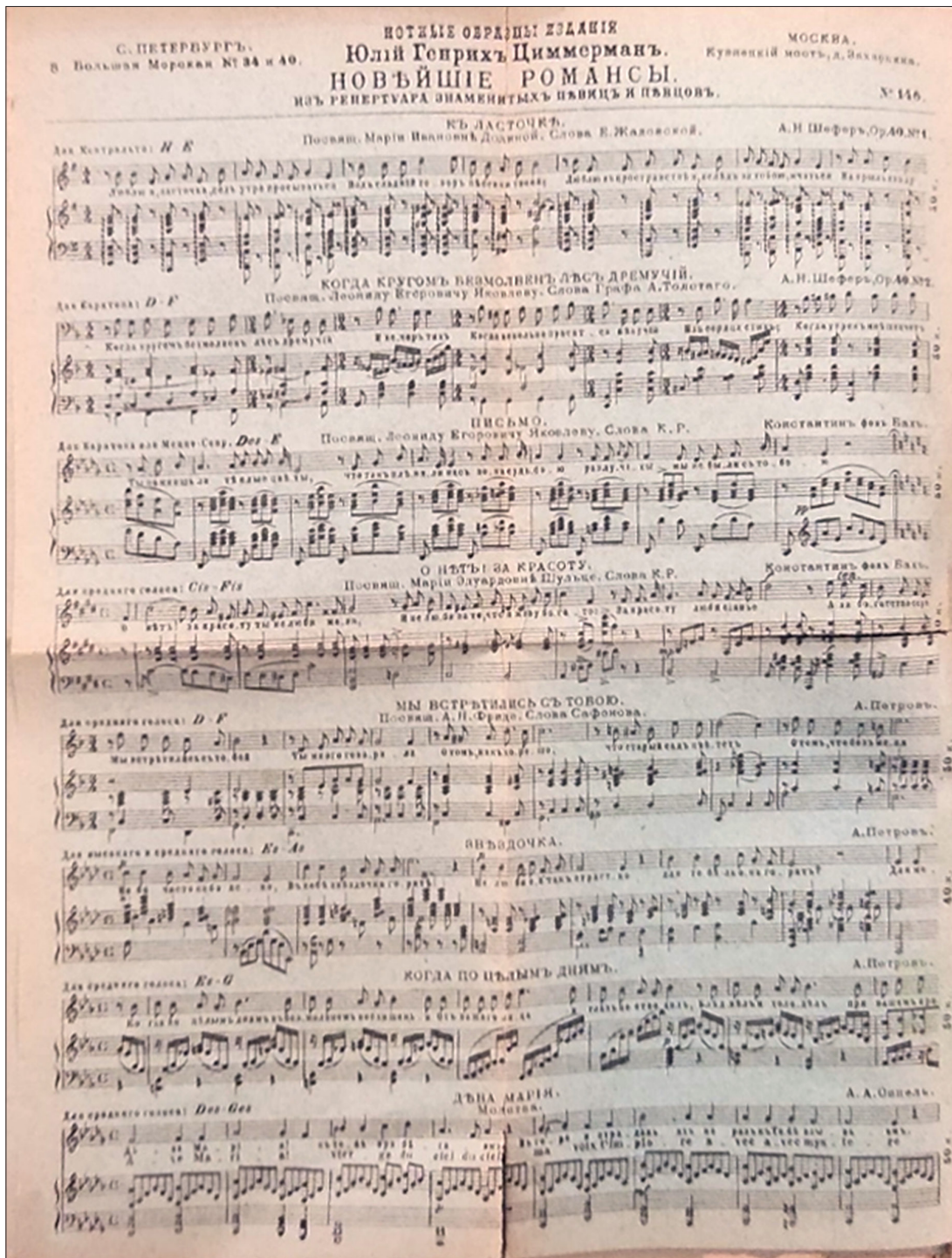
Практически весь каталог состоит из сочинений развлекательного жанра. Издательство уведомляет своих покупателей о наличии новейших романсов из репертуара «Н. Фигнера, Яковлева, Чернова, Матерна, Медеи Фигнер, Фриде, Долиной и других»²⁴ и выделяет полужирным шрифтом те из них, которые исполняются «с большим успехом Н. Н. и М. И. Фигнер»²⁵. Отрывки некоторых из них можно посмотреть на указанных прямо в тексте страницах. В данном каталоге они сохранились и присутствуют в виде оригинально выполненного вкладыша (ил. 5).

Наиболее популярны «Цыганские ночи. Собрание любимейших цыганских песен», а также «Полные Оперы, Оратории, Оперетты и Балеты», что характерно, для фортепиано в 2 руки (без слов) и для пения (со словами). Репертуарную таблицу Циммерман разделил на издания в две руки без слов: английские, «Петерс» или «Литольф», русские и другие. Для пения со словами — на русские с русским текстом и иностранные, следующие друг за

²³ Там же. С. 7.

²⁴ Там же. С. 8.

²⁵ Медея Фигнер — оперная певица, сопрано. Жена Н. Н. Фигнера, который прославился как оперный певец, более 20 лет прослуживший в Мариинском театре и снискавший славу известного исполнителя произведений отечественных и зарубежных композиторов. П. Чайковский посвятил Фигнеру шесть романсов op. 73 и преподнёс клавир «Пиковой дамы» с дарственной надписью: «Винновнику существования этой оперы от благодарного автора». Однако в данном каталоге сочинения композитора обнаружить не удалось. От Циммермана шла только реклама исполнителя. Правообладателем публикации произведений П. Чайковского, вероятно, было издательство «П. Юргенсон».



Ил. 5. Ноты-новости изданий «Юлий Генрих Циммерман», 1897. Фрагмент вкладыша

Il. 5. Novelties among the Scores of the Publications of the "Julius Heinrich Zimmermann" Publishing House, 1897. Fragment of the Supplementary Sheet

другом по жанрам и в алфавитном порядке на русском, итальянском, французском, немецком, английском и датском языках.

Взаимная выгода связывает издательство и с некоторыми из «своих» авторов: исполнителей, педагогов, компо-

зителей, чьи труды активно предлагаются к продаже, располагаясь на самых «лучших» рекламных местах. Это А. Кадлец, Э. Кёлер, А. Шефер и др. — составители «Попурри из любимейших новых опер», заявленных в том же каталоге за 1897 год. С большой долей вероятности все они сотрудничали с Циммерманом на постоянной основе, выполняя текущие заказы и одновременно публикуя у него свои сочинения.

И наконец, традиционные рекламные механизмы издательства — маркетинговые — связываются с вовлечением в процесс предпродажной подготовки известных музыкантов. О «Скрипичной технике» Рихарда Гофмана пишет профессор Гуго Герман из Франкфурта: «Я нахожу этот труд удивительным. Особенно такой важный предмет, как флажолетная техника, изложен с точностью, не встречающейся в других изданиях подобного рода. Я заранее убеждён в беспорно блестящих результатах, которые мои ученики этой техникой достигнут»²⁶. Профессор Вольдемар Мейер из Берлина вообще считает «скрипичную технику Гофмана за учебник, занимающий первое место в подобного рода сочинениях...»²⁷.

В тексте используется специальная терминология, доступная в основном профессионалам и продвинутым любителям музыки — части потребительской аудитории издательства. Материальный уровень пользователей определяется способностью покупать данный труд по 1 рублю 50 копеек за единицу продукции. В специ-

ализированном каталоге этого же года для струнных инструментов к вышеуказанным отзывам присоединяются Первый солист Императорской русской оперы в Санкт-Петербурге Виктор Вальтер и композитор В. Василевский. Изящный штрих — картина на последнем титульном листе, изображающая урок по фортепиано. На попире стоят ноты «Маленький Рубинштейн», также выходящие в издательстве «Ю. Г. Циммерман».

На постоянной основе публикуются и другие каталоги, а именно: для институтов, учебных заведений, консерваторий, музыкальных школ и т. д. Их можно было приобрести во всех магазинах фирмы: в Москве, Петербурге (нотном и инструментальном), Лондоне и Лейпциге. Школы игры и самоучители для всех инструментов, включая бандонеон, литавры, сигнальный рожок и др., теоретические труды и книги о музыке выстраиваются не по тематическим разделам, а в алфавитном порядке. Поэтому «Границы поэзии и музыки» А. Амброса соседствуют с «Кратким руководством по изучению гармонии» А. Аренского, «Биографическими очерками русских композиторов» В. Баскина и «Основанием западно-европейской музыки» Ф. Бренделя. Аналогичный принцип соблюдается в литературе для оркестра, а именно: струнного и парижского (и даже американского!) — для скрипки, виолончели, флейты, корнета, фортепиано, фисгармонии и т. д.²⁸ Следуя установившейся в музыкальной полиграфии традиции,

²⁶ Ноты-новости изданий «Юлий Генрих Циммерман». СПб.: Типолиитография В. А. Вацлика, 1897. 24 с.

²⁷ Там же.

²⁸ «Юлий Генрих Циммерман», каталог 1897 года.

текст дублируется на иностранном языке²⁹.

В «Общем полном каталоге нот нотной торговли и издания нот „Юлий Генрих Циммерман“» из года в год присутствуют изменения в его содержании и названии рубрик. Как пример, в 1897 году в него вновь вошла литература для мандолины и балалайки. Броские рекламные заголовки предисловия призывают покупателей «перед употреблением каталога читать!» («Ю. Г. Циммерман», каталоги за 1902, 1904 годы и др.) и знакомиться с условиями продаж, позволяющих оценить перспективу будущего сотрудничества. Ключевые слова и фразы выделены полужирным шрифтом, не оставляя сомнения в правильности принятого решения. Циммерман пишет: «Этот каталог не претендует на **полность**, но должен служить **полезным советником** для выбора и покупки нот, так как при его составлении обращено главным образом внимание на всё **лучшее, общеупотребительное, новейшее и самое дешёвое** в музыкальной литературе и всё устарелое совершенно исключено...»³⁰.

Покупателям предлагаются сочинения, редакции которых сегодня вряд ли известны даже узкому кругу специалистов. Среди них: шестнадцать избранных из двух томов прелюдий и фуг «Хорошо темперированного клавира» И. С. Баха, «анализированные в красках, с объяснениями гармонизации для музыкальных школ, консерваторий и для самоучения, под редакцией Б. Бекель-

ман»³¹. На титул выносятся «Новости для преподавания на фортепиано»: 20 этюдов профессора К. Лютша для младшего и старшего возраста, рекомендованные и одобренные Санкт-Петербургской и Московской консерваториями, а также «Бирюльки»: «22 лёгких мелодических и характеристических пьесы разных композиторов для фортепиано в 4 руки». Циммерман по-прежнему выдерживает принятую в издательстве линию, объединяющую легкий и серьёзный репертуар. «Час досуга», сборник развлекательной музыки, — прямое тому подтверждение.

Как правило, при оформлении своих каталогов Циммерман не уделяет пристального внимания их внешнему виду. Почти все образцы выполнены на дешёвой бумаге, полностью соответствуя возложенным на них целям и задачам — максимальному информированию покупателей без какой-либо художественной составляющей. Исключение делается для титульных листов, украшаемых скромными виньетками по периметру страницы. Подобный принцип применяется и к экономичным вариантам выпускаемых нот. В отличие от бюджетных тиражей их более дорогие образцы впечатляют изысканностью отделки и красочностью цветового решения, несут на себе печать большого художественного вкуса.

Однако на рубеже веков (точный год не определяется) издательство порадовало своих клиентов выпуском прекрасно оформленного каталога вокальной му-

²⁹ Этому принципу следовал, в частности, П. Юргенсон, дублируя наименования своей продукции на нескольких европейских языках: немецком, французском и др.

³⁰ Общий полный каталог нот нотной торговли и издания нот «Юлий Генрих Циммерман». № 4b. Для медных духовых инструментов. СПб.: Типолиитография Н. Г. Уль, 1904. С. 1.

³¹ «Юлий Генрих Циммерман», каталог 1897 года.

зыки с размещением на титуле жанровой картинки, иллюстрирующей репертуар известнейших певиц и певцов. В качестве продавца «Юлий Генрих Циммерман», уже с 1900-х годов³² носивший звание «Поставщика двора Его Величества», последовательно указал себя и всех своих партнёров по продаже фисгармоний «Шидмайер», «Карпендер», пианино и роялей «Стейнвей», «Блютнер», «Шидмайер», «Густав Фидлер» с целью подчеркнуть личные торговые компетенции по продаже нотного и инструментального ассортимента. В основе — романсы и цыганские песни, куплеты, шансонетки и т. д. наряду с сочинениями М. Балакирева и А. Гречанинова. В обозримом будущем, на пути к удешевлению своих каталогов, в 1911 году «Третий список новостей» издания «Ю. Г. Циммерман» представлял собой вариант газетного листа или книги бухгалтерского учёта с указанием порядковых номеров выпущенных нот, их названий и фиксированной стоимости.

Уже в марте 1915 года, после начала Первой мировой войны, российские активы были проданы за сто тысяч рублей двум доверенным лицам: Адольфу Лембергу и Гавриилу Гавриловичу Лекае. Однако Циммерман ещё сохранял контроль над отечественным рынком, и его дело, равно как и издательские каталоги — основной источник знаний о коммерческих, технических и творческих функциях предприятия, — продолжало свою работу вплоть до национализации.

В дополнение у Д. Ломтева находим информацию о партнёрах фирмы, осуществлявших печать её продукции: типографиях, типолитографиях, скоропе-

чатнях и т. д. Среди таковых — ведущие немецкие производители «Breitkopf & Härtel», «F. M. Geidel» и «C. G. Röder», а в России ими были Г. Шмидт, владелец петербургских литографии и нотопечатни, а также петербургские типографы В. Вацлик (с середины 1880-х), О. Май (с начала 1890-х), Н. Уль и Ф. Эйлер (на рубеже веков) [4, с. 68–69].

Заказ же на каталоги «Ю. Г. Циммерман» получали и другие производители. В Москве — «Типография Г. С. Зотова», Типолитография «Высочайше утверждённого Русского Товарищества печатного и издательского дела»; в Петербурге — «Русская скоропечатня», «Паровая типолитография инженера И. Г. Гершуна», «Типография и фототипия В. И. Штейна», «Типография Исидора Гольдберга», «Типохромофотография А. И. Траншеля», «Типолитография Б. Г. Янпольского». Цветовое решение каждого каталога носило, скорее всего, произвольный характер. Любой из них мог быть отпечатанным на розовой, голубой, жёлтой, зелёной или простой бумаге нейтрального оттенка.

Заключение

Подводя итоги, заметим, что, помимо «Ю. Г. Циммерман», каждое из крупных российских нотоиздательств в большей или меньшей степени демонстрировало подобный стиль работы. Во второй половине XIX — начале XX века аналогичные инициативы поддерживали многие участники полиграфического сообщества. Некоторые из них шли по пути жёсткой экономии средств и предельно уменьшали статью расходов. В особых случаях издания вообще

³² «Юлий Генрих Циммерман», каталог 1902 года.

приближались по своему формату к подобию газетного листа с неразрезанными страницами и сокращённым ассортиментом, отдалённо напоминая современные рекламные плакаты.

Каталоги не претендовали на полноту и точность, являясь «облегчённым» вариантом, позволяющим быстро и без особых поисков найти необходимую литературу. Малые предприятия, не обладавшие подобными мощностями,

брали этот принцип за основу. Каталоги же фирм-однодневок, как правило, всегда ему соответствовали. Другие же производители, наоборот, уделяли оформлению рекламной продукции много внимания и активно финансировали их изготовление. В любом из перечисленных вариантов есть возможность проследить и проанализировать механизмы издательской деятельности и торговой политики её отдельных представителей.

Список источников

1. Ломтев Д. Г. Ассортимент и коммерческие стратегии музыкального издательства Юлиуса Генриха Циммермана // Научный вестник Московской консерватории. 2020. Т. 11, вып. 3. С. 182–198. <https://doi.org/10.26176/mosconsv.2020.42.3.008>
2. Ломтев Д. Г. Николай Метнер и его немецкие издатели Циммерманы: история в документах // Временник Зубовского института. 2023. Вып. 4. С. 51–63. https://doi.org/10.52527/22218130_2023_4_51
3. Ломтев Д. Г. Механические музыкальные инструменты в ассортименте фирмы «Юлий Генрих Циммерман» // Научный вестник Московской консерватории. 2021. Т. 12, вып. 2. С. 48–65. <https://doi.org/10.26176/mosconsv.2021.45.2.003>
4. Ломтев Д. Г. Учебно-методические пособия в издательстве Юлиуса Генриха Циммермана: коммерческие интересы на службе музыкального образования // Научный вестник Московской консерватории. 2020. Т. 11, вып. 2. С. 66–91. <https://doi.org/10.26176/mosconsv.2020.41.2.003>
5. Волкова П. С., Щербаква Е. Н. Васнецовы и музыка: к постановке проблемы // Вестник музыкальной науки. 2020. Т. 8, № 4. С. 198–205. <https://doi.org/10.24411/2308-1031-2020-10078>

References

1. Lomtev D. G. The Commercial Strategies and the Product Range of the Music Publishing House Julius Heinrich Zimmermann. *Journal of Moscow Conservatory*. 2020. Vol. 11, No. 3, pp. 182–198. (In Russ.) <https://doi.org/10.26176/mosconsv.2020.42.3.008>
2. Lomtev D. G. The Composer Nikolai Medtner and his German Publishers Zimmermann: A History in Documents. *Annals of the Zubov Institute*. 2023. No. 4, pp. 51–63. (In Russ.) https://doi.org/10.52527/22218130_2023_4_51
3. Lomtev D. G. The Mechanical Musical Instruments in the Product Range of the Company Julius Heinrich Zimmermann. *Journal of Moscow Conservatory*. 2021. Vol. 12, No. 2, pp. 48–65. (In Russ.) <https://doi.org/10.26176/mosconsv.2021.45.2.003>

4. Lomtev D. G. The Educational Methodology Titles from the Publishing House Julius Heinrich Zimmermann: Commercial Interests in the Service of Music Education. *Journal of Moscow Conservatory*, 2020. Vol. 11, No. 2, pp. 66–91. (In Russ.)

<https://doi.org/10.26176/mosconsv.2020.41.2.003>

5. Volkova P. S., Shcherbakova E. N. Vasnetsov and Music: on the Statement of the Problem. *Journal of Musical Science*. 2020. Vol. 8, No. 4, pp. 198–205. (In Russ.)

<https://doi.org/10.24411/2308-1031-2020-10078>

Информация об авторе:

О. В. Радзецкая — доктор искусствоведения, профессор, профессор кафедры фортепианного исполнительства, концертмейстерского мастерства и камерной музыки.

Information about the author:

Olga V. Radzetskaya — Dr.Sci. (Arts), Professor, Professor at the Department of Piano Performance, Accompanist Mastery and Chamber Music.

Поступила в редакцию / Received: 27.02.2024

Одобрена после рецензирования / Revised: 21.03.2024

Принята к публикации / Accepted: 25.03.2024