

<https://doi.org/10.37816/2073-9567-2024-73-133-150>

УДК 7.078

ББК 85.313 (2)

Научная статья/Research article



This is an open access article distributed under
the Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)

© 2024 г. О.В. Радзецкая
г. Москва, Россия

**НОТОИЗДАТЕЛЬСКАЯ ФИРМА «П. ЮРГЕНСОН»:
ОРГАНИЗАЦИЯ, ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА
И ВЛАДЕЛЬЧЕСКИЕ ШТАМПЫ.
ПО МАТЕРИАЛАМ ИЗ СОБРАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ**

Аннотация: Нотоиздательская фирма «П.Ю. Юргенсон» за всю свою историю существования продемонстрировала выдающиеся достижения в промышленном производстве и культуре Российской империи, став одним из лидеров полиграфической промышленности и символом отечественного музыкального искусства. В статье рассматривается организация данного предприятия, его системообразующие факторы в контексте экономической теории и ее гуманитарных граней. В их числе — специализированные каталоги, содержащие ценную информацию о плановом характере выпуска нотной литературы, тематических рубриках, их объеме и содержании. В совокупности, они создают возможность ощутить динамику коммерческих стратегий и масштаб выпускаемой продукции.

В числе материалов, впервые вводимых в научный обиход, владельческие штампы фирмы «П. Юргенсон» — характерная деталь ее организационной работы. В центре внимания — различное художественное оформление данных знаков, создающее перспективу для множества возможных интерпретаций. Одна из них связывается с функционированием складских помещений, используемых для хранения и реализации собственных тиражей, а также нотной литературы, выпускаемой другими торговыми марками, что носило характер взаимного партнерства. Следовательно, подобное взаимодействие было повсеместным, и являлось частью торговой политики в среде русских и зарубежных предпринимателей.

Ключевые слова: нотоиздательское дело, организация предприятия, П.И. Юргенсон, каталоги, владельческие штампы, Российская государственная библиотека.

Информация об авторе: Ольга Владимировна Радзецкая — доктор искусствоведения, профессор, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Академия им. Маймонида, ул. Садовническая, д. 52/45, 115035 г. Москва, Россия.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1595-1047>

E-mail: aim@rguk.ru, olgabreman@yandex.ru

Дата поступления статьи: 05.03.2024

Дата одобрения рецензентами: 12.07.2024

Дата публикации: 25.09.2024

Для цитирования: Радзецкая О.В. Нотоиздательская фирма «П. Юргенсон»: организация, торговая политика и владельческие штампы. По материалам из собрания Российской государственной библиотеки // Вестник славянских культур. 2024. Т. 73. С. 133–150. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2024-73-133-150>

О выдающемся предпринимателе и меценате П.И. Юргенсоне известно немало фактов. Его деятельность изобилует множеством интереснейших деталей, отражающих вехи в развитии отечественной культуры, и создает предпосылки для изучения богатого источниковедческого материала. Грандиозное наследие Юргенсона представляет созидательный феномен, уникальный по факту возникновения, существования и влияния на будущие аналоги в подходах, принципах и методах организации промышленного предприятия.

Механизмы этого процесса во многом базируются в сфере производственных отношений, подчиняющихся законам экономической теории в контексте синтеза музыки и капитала. Заметим, фирма Юргенсона не являлась «новым словом» в полиграфической жизни страны. Талант, преемственность и опыт стали главными системообразующими факторами данного начинания. Для Петра Ивановича, обладавшего яркими лидерскими качествами, пространство нотоиздательского дела стало центром реализации его многочисленных планов, возможностью пересмотреть и видоизменить важнейшие характеристики отрасли.

Эти задачи предполагали создание замкнутого промышленно-производственного комплекса, единого функционального аппарата, основанного на принципе самоорганизации и самодостаточности, отлаженного механизма, соответствующего запросам и реалиям бурно развивающегося общества. С точки зрения экономики, предприятие Юргенсона представлялось территориально-профильным и регионально-отраслевым образованием, включающим ряд специфических характеристик. К ним относились: материальные и финансовые ресурсы; изготовление и выполнение полиграфических работ; оказание целого спектра профессионально-технических услуг. С этими целями коррелировались: наем трудовой силы; приобретение оборудования и сырья; производство и реализация готовой продукции; обновление балансовых средств и активов.

По мере своего развития, фирма Юргенсона разворачивала напряженную внешнеэкономическую и инновационную деятельность, сопряженную с созданием локальных коммерческих структур с индивидуальной системой учета-отчетности в расходах и прибыли с их последующей централизацией. Н.В. Логачева отмечает, что, расширяя свой нотный рынок,

...он первым начал <...> регулярные и значительные поставки на условиях оптового сбыта. Это начинание побудило его открыть в центре всемирной торговли нотами Лейпциге сначала только торговые склады своих изданий, а с 1897 г. и отделение фирмы по оптовой продаже музыкальных изданий на Тальштрассе, 19 [5, с. 60].

Интенсивность данных процессов говорит сама за себя. Юргенсон установил прочные деловые контакты с Лондоном и другими европейскими городами. Его интересы распространялись на Северную Америку, Аргентину, Египет и Турцию с совокупным годовым объемом 60000 марок¹ [5, с. 61]. В современном же толковании фирма демонстрировала «производственно-техническое, организационное и экономическое единство в сочетании с оперативно-хозяйственной самостоятельностью, ответственностью и управлением» [6, с. 21].

¹ У Б.Л. Вольмана эта сумма не превышает 30000 марок.

Таким образом, базовые функции издательства «П. Юргенсон» можно охарактеризовать следующим образом: 1) по целям деятельности предприятие являлось коммерческим; 2) по отраслевому признаку и виду экономической деятельности — промышленным; 3) по масштабу производственного потенциала — крупным; 4) по форме собственности — частным. Вопросы, связанные с принадлежностью капитала, находились вне национальных, иностранных или смешанных признаков. Наиболее приближенным к этим определениям к ним видится первый, так как он указывает на изначальную коммерческую локацию фирмы. И наконец, правовой режим предпринимательской деятельности: промышленно-производственный — трудоемкий, материалоемкий и капиталоемкий, с изготовлением продукции, выполнением работ и оказанием услуг. Организационная же форма издательства в процессе своей трансформации двигалась в сторону крупного торгово-промышленного комплекса, многосоставного по своему роду деятельности.

Отраслевые характеристики создают предпосылки для обозначения общих и специфических черт деловой активности П.И. Юргенсона. Большую роль в 1861 г. при открытии нотоиздательского предприятия сыграли личные профессиональные качества Петра Ивановича, знания, умения и навыки, полученные в магазине М. Бернарда²: специальность мастера по гравировке нот по металлу; у Ф.Т. Стелловского и А. Битнера в качестве приказчика и наконец, управляющего нотным отделом фирмы братьев Шильдбах в Москве.

Первоначальный капитал Юргенсона не отличался большим материальным запасом, иначе говоря, вся история начиналась «при весьма ограниченных средствах» [11, с. 11]. Исключение составляли огромный личный потенциал и любовь к музыке, что ускорило его знакомство с Н.Г. Рубинштейном и позволило при его финансовой поддержке реализовать многие передовые начинания³. Однако Б.Л. Вольман пишет:

Он трезво смотрел на жизнь, был циничен и представлял собой образец деятеля буржуазного склада, использующего все возможности для достижения поставленной цели [3, с. 161].

С позиции экономической теории ресурсы нотоиздательской фирмы «П. Юргенсон» представляли собой классический образец единства материальных, финансовых и трудовых компонентов, отражающих схему работы фактически любого фигуранта производственных отношений. Отличительной же чертой данной организации можно назвать культуротворческие, духовно-нравственные и этические стороны, подчеркивающие особый путь в российской культуре. В письме к М.А. Балакиреву П.И. Юргенсон пишет:

² После окончания ревельского училища.

³ Из личных воспоминаний Н.Д. Кашкина: «Молодой торговец, вероятно, произвел весьма благоприятное впечатление, тем более что Николай Григорьевич везде искал молодых, свежих людей, которые бы помогали ему в его деле. Во всяком случае, результатом беседы было то, что он предложил Юргенсону нанять для магазина такое помещение, чтобы одна комната при нем находилась в распоряжении Музыкального общества и именовалась его конторой, за что Юргенсону было предложено 250 рублей в год; такое предложение, конечно, было принято с величайшей радостью» [4, с. 52-53]. При известной разности мнений справедливым видится замечание С.В. Белова, «что истина, как и обычно, где-то посередине. Конечно, в 1861 г. П.И. Юргенсон мог уже, очевидно, принимать «важнейшие решения в своей жизни самостоятельно», но столь же очевидно и другое: именно эта самостоятельность и привлекла внимание Н.Г. Рубинштейна, содействовала их взаимному сближению и принятию Юргенсоном предложения композитора об организации собственного музыкального дела» [2, с. 33].

Если я считаю себя специалистом, то и доказал это тем, что в течение сорока лет действовал не только счастливо, но и умело. <...> Я глубоко люблю свое дело не потому только, что оно меня кормит, а потому, что дело это не простое, а важное для многих, и тем оно мне любо [1, с. 174].

Яркая одаренность Юргенсона-предпринимателя позволила ему внести свои коррективы в законы и правила экономической теории, дополнив ее новыми гуманитарными нотами. Имущественные активы его предприятия на протяжении всего жизненного цикла претерпевали ряд изменений. Прежде всего, это связано с динамикой развития, состоянием ресурсной базы, объективной социально-общественной ситуацией и размером получаемых дивидендов. Как руководитель, Юргенсон довольно быстро находил выходы из внештатных ситуаций дефицита ресурсов, будучи в постоянном поиске интенсивных факторов роста.

К их числу можно отнести различного рода инновации, меры по экономии материальных, финансовых и трудовых фондов. Безусловным прорывом в работе предприятия следует считать внедрение новых технологий, позволивших пойти по пути существенного удешевления выпуска нотной и книжно-музыкальной продукции⁴. Реализация этой идеи состоялась благодаря переоснащению технической (имущественной) базы современными нотопечатными машинами, купленными Юргенсоном за границей [3, с. 163, 178].

Предприятие находилось по адресу: Большая Дмитровка, дом Лодыженского, а магазин, открывшийся 10 августа 1861 г., — на углу Большой Дмитровки и Столешникова переулка⁵. В дальнейшем, до 1918 г., издательство и магазин располагались в Неглинном проезде, 14. Вплоть до 1867 г. весь штат нотопечатни состоял из одного мастера и одного помощника. Для создания собственной рабочей базы (базы трудовых ресурсов) из Лейпцига были приглашены граверы и металлографы, обучавшие русских учеников этому редкому в России ремеслу [3, с. 162-163]. Граверное дело изучали и 15 человек, отправленных на средства Юргенсона в Германию. В итоге, к 1878 г. персонал нотопечатни уже полностью состоял из отечественных мастеров. Для удешевления и повышения качества работы в издательстве открылась мастерская по обучению профессии нотного гравера. К 1911 г. фирма Юргенсона насчитывала 96 человек. Укрепление ресурсной базы лишь только подтверждало ее ведущую роль в развитии производственного процесса и активный характер ведущихся преобразований.

Период накопления (печать на ручных станках металлографическим способом), ориентировочно, длился до 1873 г. — появления на предприятии первой скоропечатной машины, а в 1879 г. — паровой. Начиная с 1902 г. весь процесс производства был электрифицирован. Источником энергии служила собственная электростанция, построенная на территории приобретенного в 1875 г. большого участка со старинным домом на углу Хохловского и Колпачного переулков⁶, ставшего до 1917 г. крупнейшей нотопечатней России. В 1895 г. к нему был присоединен трехэтажный корпус, где размещались новые машины. Процесс поглощения более мелких по своей мощности издательств ознаменовал *период реализации* масштабных проектов Юргенсона. Цены на дешевые

⁴ «В 1878 фирме удалось произвести переворот в ценах на ноты в России тем, что она уменьшила цены своих изданий больше чем вдвое, назначив на издания, составляющие собственность 20 к., а на перепечатки — 15 к. за лист» [11, с. 12].

⁵ Б.Л. Вольман подчеркивает, что Юргенсон начал продавать ноты с 1859 г. в Столешниковом переулке и только с 1861 г. выбрал карьеру нотопечатника [3, с. 161].

⁶ Бывшие палаты думного дьяка Е.И. Украинцева (1665 г.).

ноты снизились почти на 50%, что способствовало, уже начиная с 1875 г., методичному и последовательному присоединению таких известных фирм, как «М. Эрлангер», «М. Бернгард», «К. Мейков» и др.⁷ По-прежнему, альтернативными источниками доходов выступали чрезвычайно популярные у обывателей цыганские песни и романсы, а в целом, произведения легких жанров.

В письме П.И. Юргенсона к П.И. Чайковскому от 11 сентября 1882 г. отмечено: «...А между тем торговля идет недурно, пуще же всего покупка изданий дребеденных растет как грибы» [13, с. 387]. А уже 20 сентября он добавляет: «Под словом «навоз» разумею многое, имеющее цену на рынке, дающее деньги, двигающее дело. <...> Если бы не было этого моего хлама, — не было бы размеров моей печатни» [13, с. 390]. И далее:

Если бы я предоставил «хлам» другим, я бы не имел той силы, того успеха, и число моих изданий было бы очень невелико. У меня *ведется учет* (курсив наш. — О.Р.), сколько и когда какая вещь печатается: дрянь идет иногда поразительными массами [13, с. 390].

Вольман упоминает о наличии «гроссбуха» Юргенсона, где содержалась ценная информация о расчетах с композиторами [3, с. 166]. Однако в настоящее время данный документ обнаружить не удалось. Единственным подтверждением торговой политики предприятия «П. Юргенсон» могут служить его каталоги⁸, количественный и качественный состав издаваемой музыки, специфические детали делового процесса, впервые вводимые в научный обиход. Они могут оцениваться с позиции маневренности тиражного объема, учета, контроля и распределения, достижения конкретных по своему содержанию целей.

При первичном обращении к каталогам фирмы «П. Юргенсон» необходимо, в первую очередь, остановиться на их структуре и содержании. За все время существования компания выпустила порядка 35300 наименований печатной продукции. Такой масштаб, безусловно, требовал определенной системы. В данном случае на протяжении всей истории предприятия выпускался «Общий полный каталог музыкального магазина П. Юргенсона» по конкретным годам и отдельным периодам; каталоги вокальных, фортепианных, духовно-музыкальных и других сочинений, для струнных, духовых инструментов и т. д. Среди названий: «Каталог изданий П. Юргенсона, комиссионера Императорского русского музыкального общества и Консерватории в Москве» и «Каталог изданий Юргенсона в хронологическом порядке», а также «Музыкально-педагогические сочинения» и, как пример, «Каталог сочинений Вл. Ив. Ребикова. — 5-е юбилейное изд.» и т. д.

В свою очередь, каталоги могли делиться на части и отделы. Так, фортепианная литература в отделах 31-40 шла в следующей последовательности:

31а. Для 2-х фортепиано в 8 рук; 31b. Для 2-х фортепиано в 4 руки; 32. Для фортепиано в 4 руки; 33. Для фортепиано в 2 руки; 34. Оперы, оратории и балеты для фортепиано в 2 руки <...>
41. Школы для фортепиано [10].

⁷ Исключение составляет покупка в 1870 г. фирмы Мелье в Петербурге.

⁸ Помимо них существуют и прейскуранты по торговле музыкальными инструментами фирмы «П. Юргенсон», которые могут стать предметом отдельного научного исследования. Среди таковых: «Иллюстрированный прейскурант склада инструментов музыкальной торговли П. Юргенсона» [9], «Петр Иванович Юргенсон, единственный агент знаменитой фабрики органов Мезона и Хемлина» [12] и др.

Детская музыка в издании Юргенсона представлена в виде отдельного каталога, включающего в себя «Сборники детских песен», «Детские оперы и сценические пьесы», «Школьное пение» и другие, специальные и общеразвивающие рубрики [8]. Ни в каком другом издательстве подобный порядок обнаружить не удалось.

В этой связи, насущный интерес вызывают «владельческие штампы» фирмы «П. Юргенсон», которые впервые удалось увидеть в тиражах, датированных 1874 г.⁹ Постоянство их присутствия в торговом обиходе пока остается под вопросом, но в целом может быть связано с проблемами правообладания, которые всегда стояли в полиграфической отрасли достаточно остро. Во второй половине XIX в., в полной мере, их отрегулировать так и не удалось. В своем труде «Авторское право на музыкальные произведения» Б.П. Юргенсон подчеркивает:

Регламентация прав на музыкальные произведения, произошедшая в эпоху крайне слабого развития пользования этими правами на практике, не дала возможности законодателю предусмотреть все потребности и особенности этих прав, которые выясняются на основании обширного практического опыта. Следствием этого была неполнота и неясность закона во многих отношениях [17, с. 31].

Судя по всему, это касалось не только взаимоотношений композитор-издатель-композитор, но и установления определенных стандартов, являющихся эталонными для всего нотоиздательского сообщества.

Торговля «П. Юргенсон» также не являлась исключением. Огромные объемы печатной продукции требовали серьезного контроля и дополнительной маркировки. Для этого в обиход были введены определенные знаки отличия — владельческие, которые закрепляли право фирмы на свою же продукцию, а также и партнерскую, которая переходила в ее собственность по различным торговым обязательствам. Что же они из себя представляли? С одной стороны, это издательские экслибрисы, подтверждающие факт правообладания в дополнение к принятой и традиционно используемой маркировке, где на титульных листах указывались имя и фамилия автора, название произведения. В нижней части располагалась техническая информация: издательство, его основной адрес и адреса филиалов, стоимость, в отдельных случаях, список завоеванных наград. Наверху — печать «П. Юргенсон»¹⁰, в виде изящно украшенной прямоугольной таблички, на обороте всегда публиковались рекламные объявления о выходе в свет новой нотной литературы.

Владельческие штампы почти всегда можно было увидеть на самой обложке и первом внутреннем листе издания, местами и на последнем. На протяжении всей истории фирмы они менялись, представляя из себя некую производственную систему. В «первом чтении», визуальную: вариантов оказывается достаточно много. Самый ранний из обнаруженных, находится в нотах «Терцета» из оперы Ш. Гуно «Фауст» за 1874 г. Это — *вензель из двух заглавных букв имени и фамилии владельца (П.И. Юргенсона), заключенный в овальную рамку*

⁹ Есть высокая доля вероятности, что существует и более ранняя маркировка.

¹⁰ Не во всех изданиях.

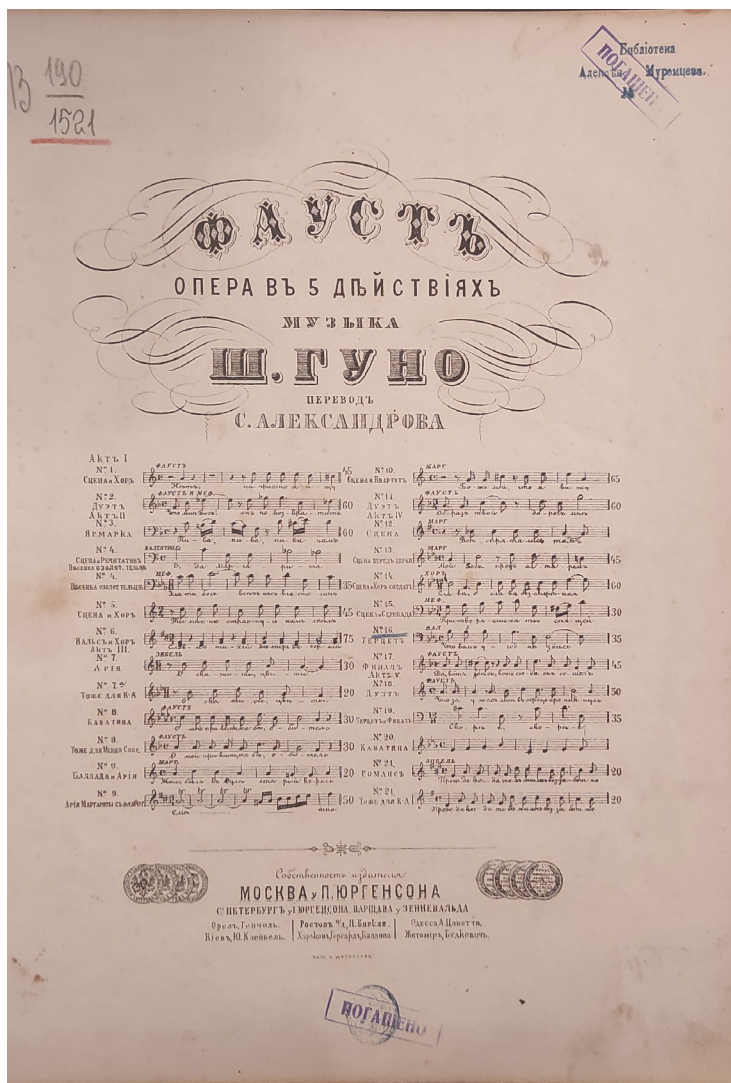


Иллюстрация 1 — Ш. Гуно «Фауст», «Терцет», титульный лист, 1874
 Figure 1 — Sh. Gounod's Faust, Tercet, Title Page, 1874

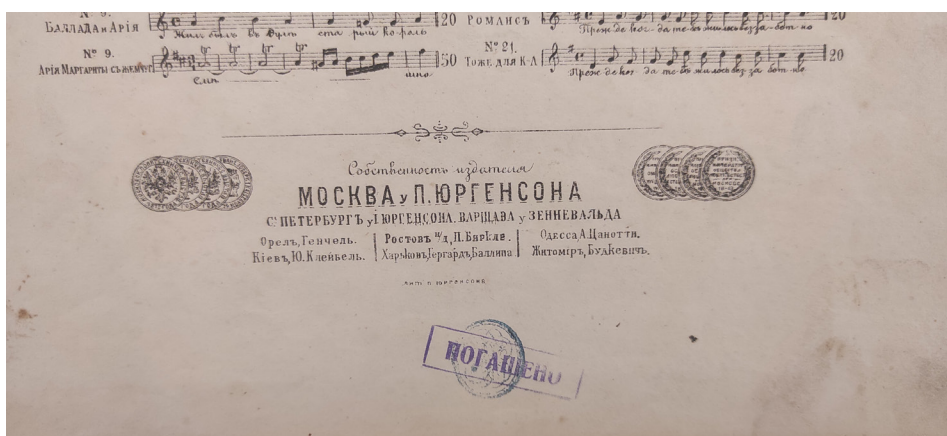


Иллюстрация 2 — Владельческий штамп
 Figure 2 — The Owner's Stamp

Такой же знак можно найти в нотах за 1878 г. («Романсы» П.И. Чайковского) и 1879 г. («Романс Неморино» из оперы Г. Доницетти «Любовный напиток» со словами П.Е. Горшкова). Данный штамп используется Юргенсоном вплоть до начала XX в. Он обнаруживается и в экземплярах без конкретного года выпуска: в «Романсе слепой» из оперы А. Понкьелли «Джоконда». Позже, в 1888 г. — на «Оперетке из Малороссийских песен «Наталка Полтавка»», а в 1899 г. — «Татарской песне» из «Бахчисарайского фонтана» А.С. Аренского.

Вообще, вензель в различных вариантах присутствует во многих нотах, вышедших у «П. Юргенсон». Сам по себе, *без сопроводительного текста, круга и овала* в пьесах А. Корещенко за 1896 г., а также в «Сцене письма Татьяны» из оперы П.И. Чайковского «Евгений Онегин» за 1897 г.

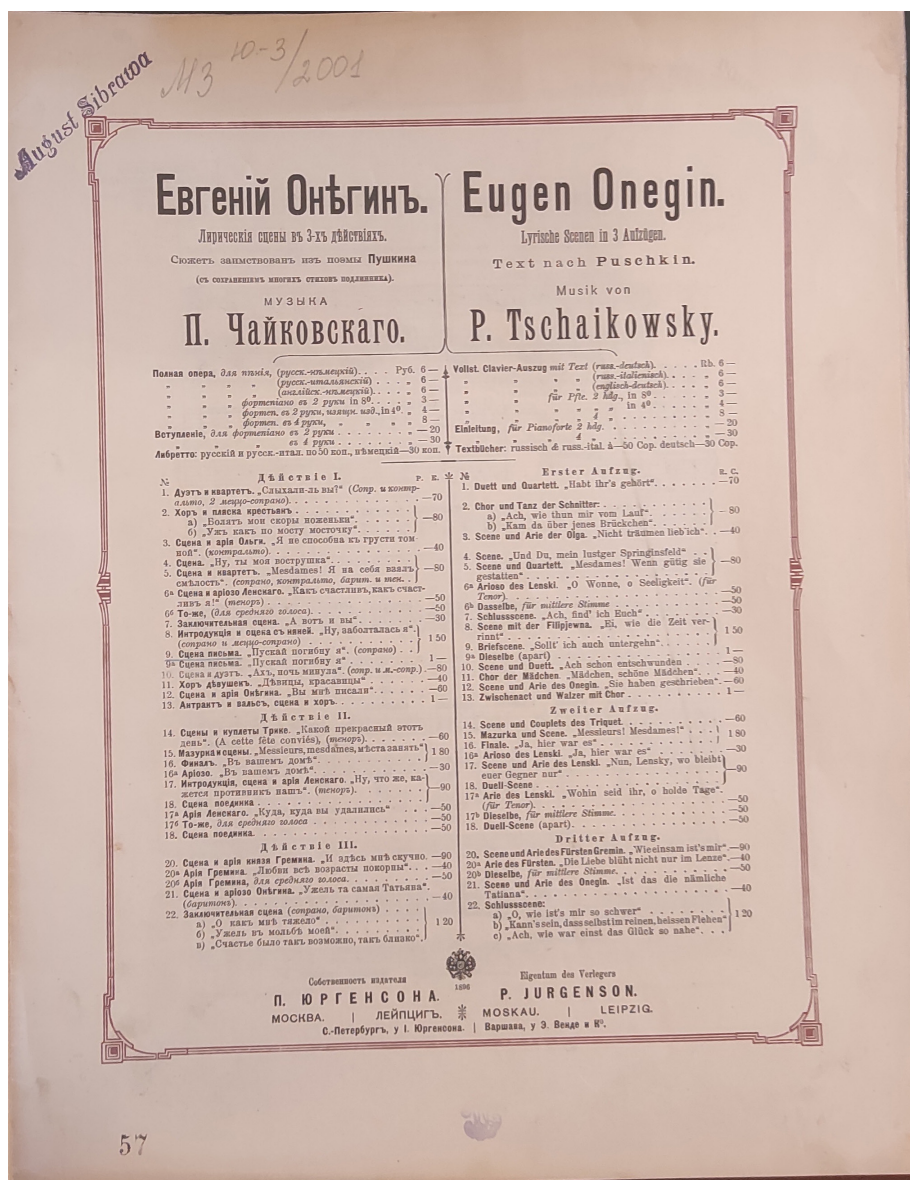


Иллюстрация 3 — П.И. Чайковский. «Евгений Онегин», «Сцена письма Татьяны», титульный лист, 1897

Figure 3 — P.I. Tchaikovsky. “Eugene Onegin”, “The Scene of Tatiana’s Letter”, Title Page, 1897

Вензель в круге с русским названием издательства фигурирует в «Прелюдиях» Ф. Шопена без указания года выпуска, а также в «Романсах» Малашкина, 1901 г. Аналогичным *вензелем, но в вертикальном овале* помечен «Полный курс скрипичной игры», составленный преподавателем Московской консерватории кн. Г. Дуловым. *Вензель в вертикальном овале, но с французской надписью* украшает сборник 18 пьес ор. 72 П.И. Чайковского и «Две баллады» А.П. Бородина (транскрипции «Спящей княжны» и «Моря») — все без года выпуска, а также ноты Трех дуэтов А.С. Аренского ор. 29 № 3 для сопрано и контральто, датируемые 1903 г.

Некоторые владельческие штампы на титульных листах демонстрируют *золотые и серебряные медали* — многочисленные награды издательства, а другие — инициалы «ПЮ» в квадратной рамке, а также «ПЮ» в виде вензеля в круге на обороте обложки. Годы выхода из печати у ряда сочинений не идентифицируются. Среди них: Трио ре минор А.С. Аренского в транскрипции А. Крейна, Бах-Гуно «Ave Maria» и др. Исключение: Интермедия из IV картины Второго действия «Пиковой дамы» П.И. Чайковского и «Бахчисарайский фонтан» А.С. Аренского, выпущенные в 1899 г.

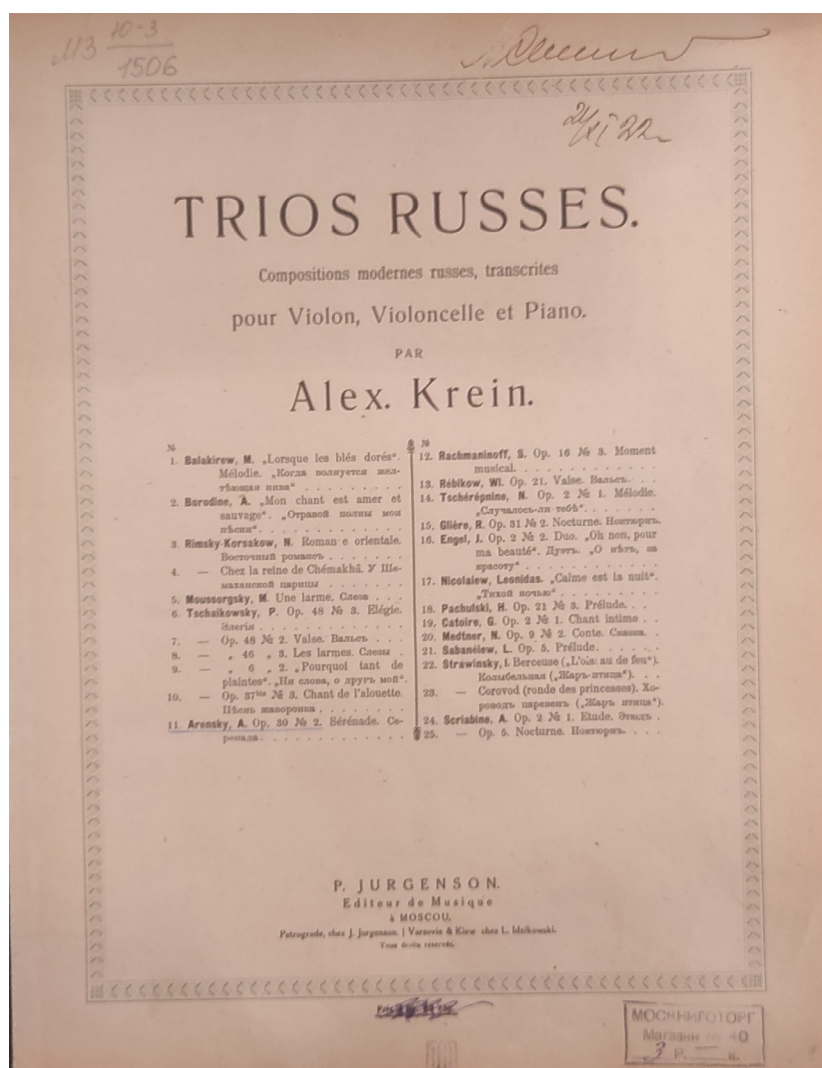


Рисунок 4 — П.И. Чайковский. «Пиковая дама». Интермедия. Второе действие, IV картина, 1899
Figure 4 — P.I. Tchaikovsky. The Queen of Spades. An Interlude. Second Act, IV Painting, 1899

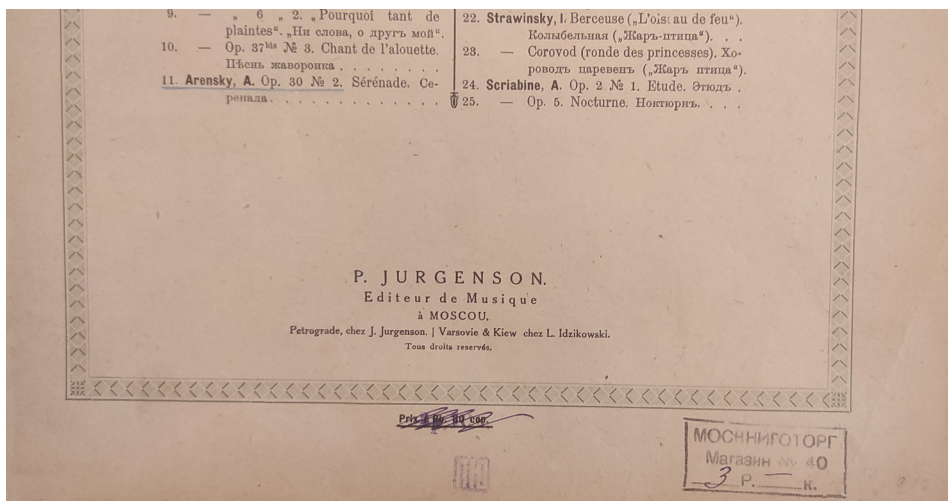


Рисунок 5 — Владельческий штамп
Figure 5 — The Owner's Stamp



Рисунок 6 — А.С. Аренский. «Бахчисарайский фонтан», 1899
Figure 6 — A.S. Arensky. “Bakhchisarai Fountain”, 1899

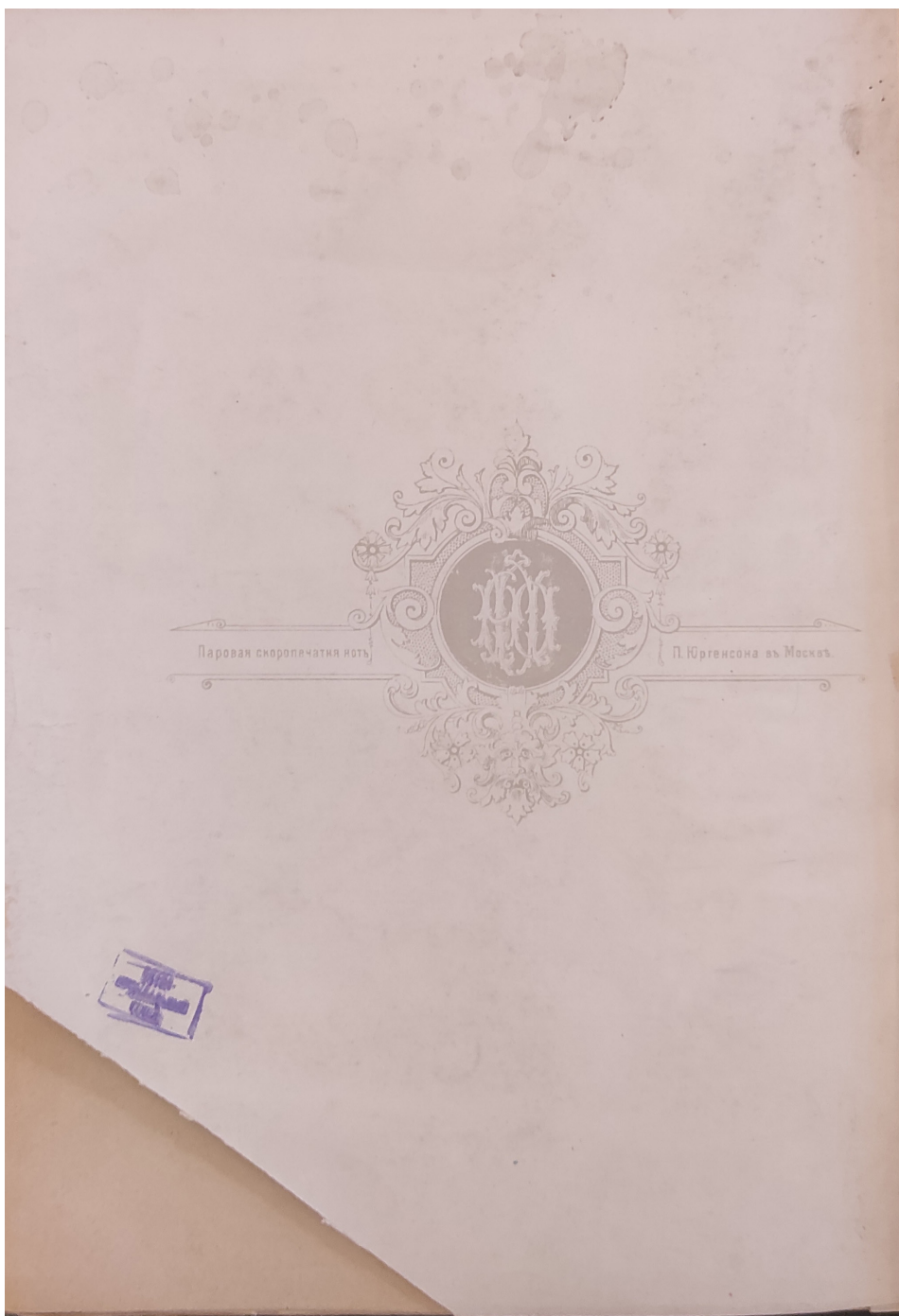


Рисунок 7 — Владельческий штамп
Figure 7 — The Owner's Stamp

Инициалы «ПЮ» на *последней странице обложки, переплетенные с лирой и скрипкой* в «Этюдах» Ф. Мазаса, позволяют отнести их к наиболее поздним годам работы фирмы. Основание: смена названия С.-Петербурга на Петроград.

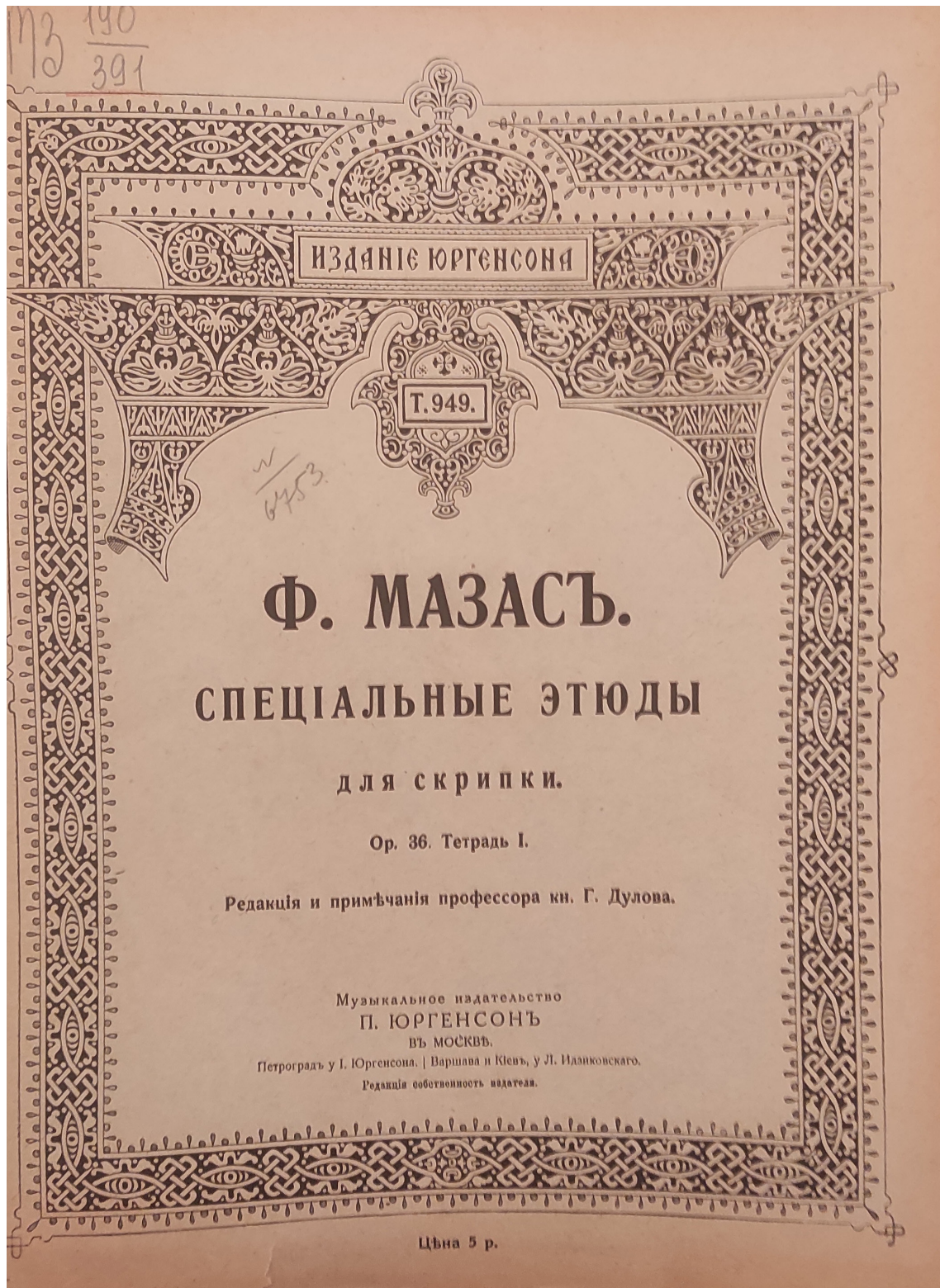


Рисунок 8 — Ф. Мазас. Специальные этюды для скрипки
Figure 8 — F. Mazas. Special Studies for the Violin

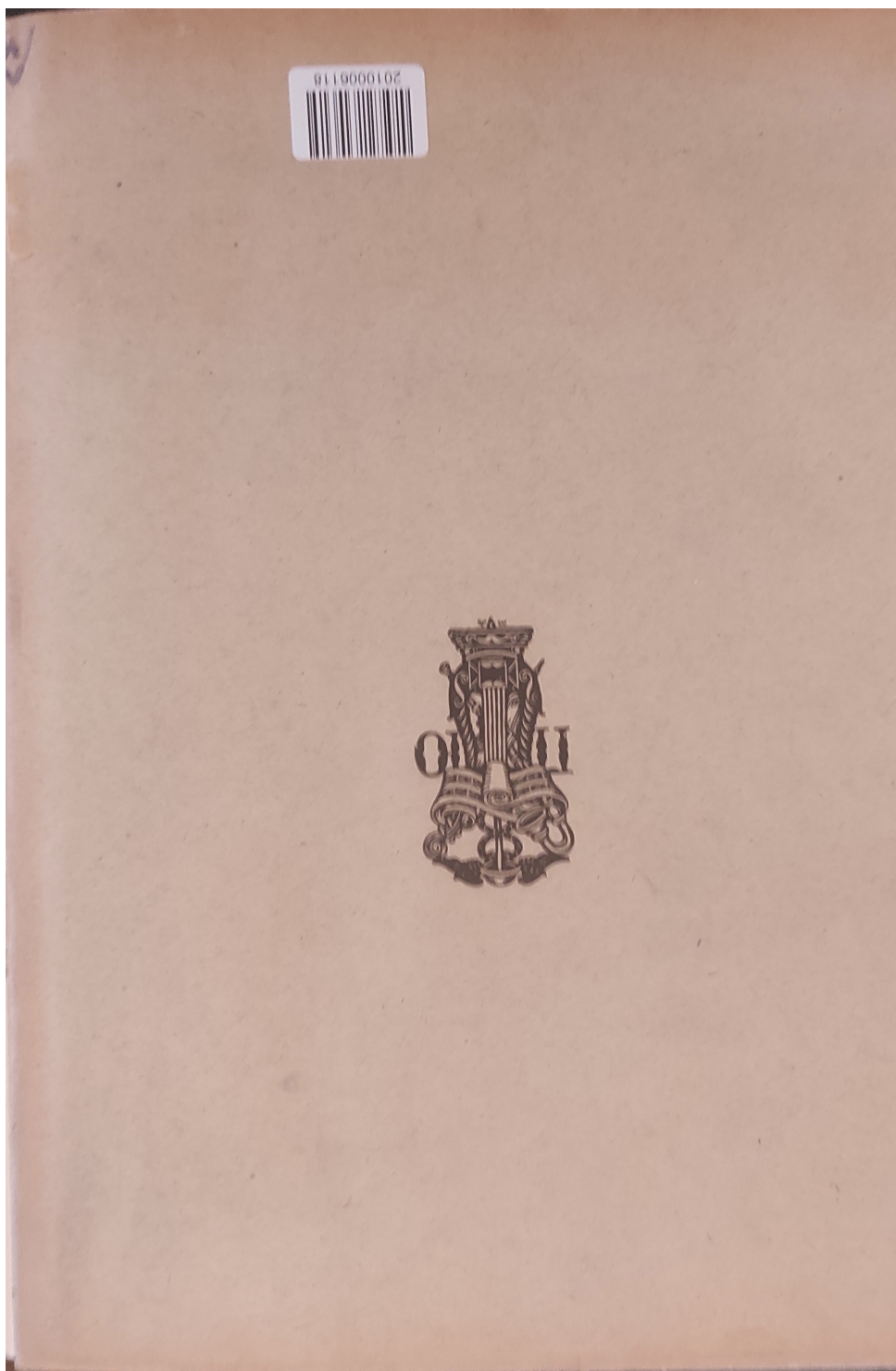


Рисунок 9 — Владельческий штамп
Figure 9 — The Owner's Stamp

Еще один вариант: буквы «*ЛЮ*» в сочетании с силуэтом арфы. Они обнаруживаются в нотах «Легенды» П.И. Чайковского (1884 г.) и красочно оформленной «Марсельезы», на обложке которой указан еще один штемпель: магазина «Симфония», также принадлежавшего П.И. Юргенсону.



Рисунок 10 — Р. де Лиль. «Марсельеза». Владельческий штамп
Figure 10 — R. de Lisle. The Marseillaise. The Owner's Stamp

Интересная деталь: опера А.Г. Рубинштейна «Демон» нотопечательской фирмы «В. Бессель и К^о» (1876 г.) погашена двумя печатями: собственной и П.И. Юргенсона (ПЮ с арфой — тиснение на переплете).

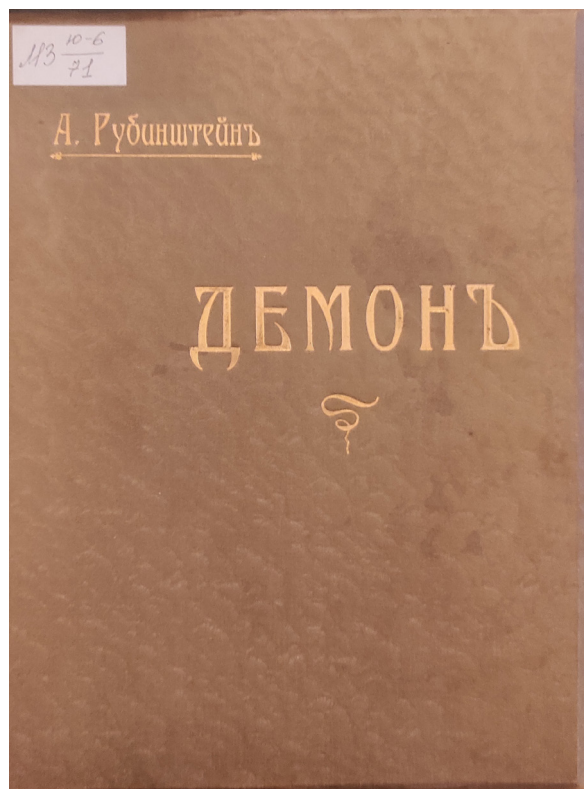


Рисунок 11 — А.Г. Рубинштейн. «Демон», 1876
Figure 11 — A.G. Rubinstein. “The Demon”, 1876



Рисунок 12 — Владельческий штамп
Figure 12 — The Owner's Stamp

Вообще, подобная система характерна и для других владельческих штампов Петра Ивановича. *Прямоугольник с витыми углами* сопровождает «Издание А. Гутхейль» — «Любимые песни московских цыган» (с присутствием личного знака), а сочинения Ф. Листа, вышедшие в Западной Европе, маркируются *горизонтальным овалом с надписью «П. Юргенсон. Москва. Неглинный пр., д. № 14»*. Еще один пример: *горизонтальный овал с гербом и аналогичной надписью* связывается у Юргенсона с фирмой «М.П. Беляев в Лейпциге» и ее продукцией — «Шопенианой» А.К. Глазунова (1894 г.) и Тремя романсами Н.А. Соколова на сл. А.И. Фета (1897 г.). Собрание песен и романсов «Музыкальные вечера А.Г. Рубинштейна», вышедшее у А. Битнера, погашено традиционным вензелем из заглавных букв в вертикальном овале и *простой квадратной печатью «Собственность издателя П. Юргенсона в Москве»*. И подобных примеров в издательской практике того времени достаточное количество.

В свою очередь, нотная продукция Юргенсона также проходила соответствующую обработку у его же ближайших конкурентов: на титульном листе юргенсоновской «Пиковой дамы» П.И. Чайковского стоит владельческий штамп овальной формы «Юлий Генрих Циммерман» с пояснением: «Главное депо и фабрика музыкальных инструментов. Склад», а клавир «Евгения Онегина» помечен: «Москва у Грейнера и Бауэра».

Избегая простого перечисления, укажем и на другие владельческие штампы. Это — «*П. Юргенсон. Комиссионер Придворной певческой капеллы и консерватории в Москве*»; «*П. Юргенсон. Москва. Неглинный пр., д. № 14*» в круге с гербом и в *прямоугольнике*; «*П. Юргенсон. Неглинный пр., д. № 14*» в круге с *двуглавым орлом*; *прямоугольник «Собственность издателя П. Юргенсона, в Москве»*; *Edition Jurgenson (словосочетанием в один ряд)*; *Edition Jurgenson Pridimini <...>*; *P. Jurgenson. Moscou в горизонтальном овале*.

На основании полученных сведений можно предположить, что владельческие штампы в виде различных по своему виду вензелей характеризуют деятельность фирмы до начала XX в. Другие, проходящие под знаком «ПЮ», во многом, связываются со следующим периодом до 1917 г. Установить более точную периодизацию пока не представляется возможным по причине «разбросанности» некоторых дат или их отсутствия.

Впрочем, принимая во внимание тот факт, что среди общего массива нот встречаются издания других, отечественных и зарубежных, фирм, а также новые адреса торговли Юргенсона, можно предположить, что владельческие штампы не были привязаны к определенным тиражам и партиям, а являлись частью работы складских помещений, использующихся по назначению и сдающихся в аренду. Исходя из этого, подобная маркировка и обеспечивала сохранность находящегося там товара. Другой вопрос — изменения в ее оформлении и длительность использования. С большой долей вероятности можно утверждать, что здесь применялся принцип коммерческой локации, обозначавший расположение нотного материала, его перемещение и реализацию, а также позволявший избежать подделок со стороны недобросовестных конкурентов. В любом случае это определяет перспективу дальнейшего изучения владельческих надписей и штампов у других крупных производителей.

Список литературы

Исследования

- 1 *Балакирев М.А.* Переписка с издательством П. Юргенсона. М.: Музгиз, 1958. 432 с.
- 2 *Белов С.В.* Музыкальное издательство П.И. Юргенсона. СПб.: Российская национальная библиотека, 2001. 130 с.

- 3 *Вольман Б.Л.* Русские нотные издания XIX — начала XX века. Л.: Музыка, 1970. 216 с.
- 4 *Кашкин Н.Д.* Русское музыкальное общество (по личным воспоминаниям) // Московский еженедельник. 1908. № 21. 28 мая. С. 52-53.
- 5 *Логачева Н.В.* Роль П.И. Юргенсона в развитии русской музыкальной культуры второй половины XIX — начала XX вв.: дис. ... канд. историч. наук. М., 2016. 190 с.
- 6 *Чалдаева Л.А.* Экономика предприятия: учебник. М.: Юрайт, 2011. 348 с.
- 7 *Юргенсон Б.П.* Авторское право на музыкальные произведения. М.: Сам полиграфист, 2012. 93 с.

Источники

- 8 Детская музыка в издании П. Юргенсона: [каталог]. М.; Лейпциг: Нотопечатня П. Юргенсона, 1916. 37 с.
- 9 Иллюстрированный прейскурант склада инструментов музыкальной торговли П. Юргенсона. М.: Паровая скоропечатня нот П. Юргенсона, 1887. 62 с.
- 10 Каталог изданий П. Юргенсона. М.: П. Юргенсон, 1906. Ч. 2, отд. 31-40. 171 с.
- 11 Музыкальное издательство П. Юргенсона в Москве. 1861–1911: Обзор деятельности нотопечатни П. Юргенсона. М.: [б. и.], 1911. 37 с.
- 12 Петр Иванович Юргенсон, единственный агент знаменитой фабрики органов Мезона и Хемлина: [прейскурант]. М.: Паровая скоропечатня нот П. Юргенсона, 1901. 3 с.
- 13 Чайковский П.И., Юргенсон П.И. Переписка: в 2 т. М.: П. Юргенсон, 2019. Т. 1.: 1866–1885. 688 с.

© 2024. Olga V. Radzetskaya
Moscow, Russia

**THE PUBLISHING COMPANY “P. JURGENSON”:
ORGANIZATION, TRADE POLICY AND OWNERSHIP STAMPS.
BASED ON MATERIALS FROM THE COLLECTION
OF THE RUSSIAN STATE LIBRARY**

Abstract: Music publishing company “P.Y. Jurgenson” has demonstrated outstanding achievements in industrial production and culture of the Russian Empire throughout its history, becoming one of the leaders of the printing industry and a symbol of Russian musical art. The paper examines the organization of this enterprise, its system-forming factors in the context of economic theory and its humanitarian facets. Among them are specialized catalogs containing valuable information about the planned nature of the release of musical literature, thematic headings, their volume and content. Together, they create an opportunity to experience the dynamics of commercial strategies and the scale of products.

Among the materials introduced into scientific discourse for the first time, the owner’s stamps of the company “P. Jurgenson” is a characteristic detail of its organizational work. The focus is on the various artistic design of these signs, which creates a perspective for a variety of possible interpretations. One of them is associated with the

functioning of warehouses used for storing and selling their own circulations, as well as musical literature produced by other trademarks, which was in the nature of a mutual partnership. Consequently, such interaction was widespread and was part of trade policy among Russian and foreign entrepreneurs.

Keywords: Publishing Business, Organization of the Enterprise, P.I. Jurgenson, Catalogs, Owner's Stamps, Russian State Library.

Information about author: Olga V. Radzetskaya — DSc in Arts, Professor, Professor, A.N. Kosygin Russian State University (Technogology. Design. Art), Maimonides Academy, Sadovnicheskaya St., 52/45, 115035 Moscow, Russia.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1595-1047>

E-mail: olgabreman@yandex.ru

Received: May 03, 2024

Approved after reviewing: July 12, 2024

Date of publication: September 25, 2024

For citation: Radzetskaya, O.V. "The Publishing Company 'P. Jurgenson': Organization, Trade Policy and Ownership Stamps. Based on Materials from the Collection of the Russian State Library." *Vestnik slavianskikh kul'tur*, vol. 73, 2024, pp. 133–150. (In Russ.) <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2024-73-133-150>

References

- 1 Balakirev, M.A. *Perepiska s izdatel'stvom P. Yurgensona* [Correspondence with P. Jurgenson's Publishing House]. Moscow, Muzgiz Publ., 1958. 432 p. (In Russ.)
- 2 Belov, S.V. *Muzykal'noe izdatel'stvo P.I. Yurgensona* [P.I. Jurgenson Music Publishing House]. St. Peterburg, The National Library of Russia Publ., 2001. 130 p. (In Russ.)
- 3 Vol'man, B.L. *Russkie notnye izdaniya XIX — nachala XX veka* [Russian Musical Editions of the 19th — Early 20th Century]. Leningrad, Muzyka Publ., 1970. 216 p. (In Russ.)
- 4 Kashkin, N.D. "Russkoe muzykal'noe obshchestvo (po lichnym vospominaniyam)" ["Russian Musical Society (Based on Personal Memories)"]. *Moskovskii ezhenedel'nik*, no. 21, May 28, 1908, pp. 52-53. (In Russ.)
- 5 Logacheva, N.V. *Rol' P.I. Yurgensona v razvitii russkoi muzykal'noi kul'tury vtoroi poloviny XIX — nachala XX vv.* [The Role of P.I. Jurgenson in the Development of Russian Musical Culture in the Second Half of the 19th — Early 20th Centuries: PhD Dissertation Thesis]. Moscow, 2016. 190 p. (In Russ.)
- 6 Chaldaeveva, L.A. *Ehkonomika predpriyatiya: uchebnyk* [Business Economics: Textbook]. Moscow, Yurait Publ., 2011. 348 p. (In Russ.)
- 7 Yurgenson, B.P. *Avtorskoe pravo na muzykal'nye proizvedeniya* [Copyright for Musical Works]. Moscow, Sam poligrafist Publ., 2012. 93 p. (In Russ.)