

Небу, устремление к невозможному. По сути, музыкальная составляющая романа в контексте слова формирует смысловое пространство, в котором в какой-то мере объясняется существование абсолютной дистанции между Творцом и человеком.

Определенной семантикой, намекающей на связь горного и дольного в романе Н.А. Римского-Корсакова «Когда волнуется желтеющая нива...», обладает тональность D-dur: исследователи отмечают, что у композитора D-dur связан с темой радости, света, божественной благодати, воскресения [6, с. 99]. В одноименном романсе М.А. Балакирева семантические обертоны добавляет «пасторальная» тональность F-dur. Важное значение в образовании смыслового поля романа Н.Я. Мяковского «Долина-храм» играет имитация колокольного звона. В поэтическом первоисточнике романа оппозиция земного мира, наполненного звуками колоколов и другого, горного мира, в котором «тишина высот благоговеет», как антитеза *конечного* и *бесконечного* относительна и взаимодополняема: оба мира могут существовать только в паре. В романсе С.В. Рахманинова «Здесь хорошо» известную символику троичности Бога в вокальной пьесе актуализирует троекратный повтор «барочного слова» (ритмо-интонации «блаженства») на словах «здесь нет людей, здесь тишина, здесь только Бог».

Рамки статьи не позволяют осветить в полном объеме проблему экспликации концептов национальной ментальности в русском романсе. Однако совершенно очевидно, что в русской вокальной музыке соотнесенность авторских концептов «Природа» и «Диалог с

Библией» имплицитно очерчивает границы духовного единения человека с природой: в русской традиции созерцание пейзажа позволяет приблизиться к Богу, ощутить Божественную сущность мира. «Увидеть» идеальное в реальном мире в русском романсе позволяют живописно-изобразительные, пространственные и темпоральные образы, которые детерминированы русскими традициями прочтения библейских сюжетов о Преображении и сотворении мира — традициями «богосозерцания в природе» [4, с. 220].

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Аверинцев С.С.* Другой Рим : избранные статьи / С.С. Аверинцев. — СПб. : Амфора, 2005. — 366 с.
2. *Аверинцев С.С.* Поэтика ранневизантийской литературы / С.С. Аверинцев. — СПб. : Азбука-классика, 2004. — 480 с.
3. *Бердяев Н.А.* Диалектика божественного и человеческого / Н.А. Бердяев. — М. : ОО «Издательство АСТ» ; Харьков : «ФОЛИО», 2003. — 620 с.
4. *Ильин И.А.* Сочинения в 10 т. / И.А. Ильин. — М. : Русская книга, 1996. — Т. 6, кн. 2. — 672 с.
5. *Назайкинский Е.В.* Логика музыкальной композиции / Е.В. Назайкинский. — М. : Музыка, 1982. — 319 с.
6. *Серебрякова Л.А.* Китеж: откровение Откровения // Музыкальная академия. — 1994. — № 2. — С. 90—106.
7. *Федотов Г.П.* Стихи духовные (Русская народная вера по духовным стихам) / Г.П. Федотов. — М. : Прогресс, Гнозис, 1991. — 192 с.
8. *Флоренский П.А.* Вопросы религиозного самопознания / П.А. Флоренский. — М. : ОО «Издательство АСТ», 2004. — 235 с.

УДК 002.2(47+57)"17":028  
ББК 76.103(2)51в6+78.03г

САМАРИН А.Ю.

## ПЕЧАТНЫЕ СПИСКИ ПОДПИСЧИКОВ КАК ИСТОЧНИК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ИСТОРИИ ЧИТАТЕЛЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОСЛЕДНЕЙ ТРЕТИ XVIII В.)

В статье рассматриваются особенности печатных списков подписчиков как исторических источников, методика их использования в исследованиях по истории читателя и культурологии. Представлен опыт создания многоуровневой интегральной динамической отражательно-измерительной параметрической модели читателя русской книги гражданской печати последней трети XVIII в. Такая социокультурная модель включает социальную, географическую, гендерную, персональную характеристики и отражает тематико-типологическую структуру круга чтения различных групп населения.

*Ключевые слова:* история русского читателя, русский читатель второй половины XVIII в., списки подписчиков, источниковедение, методы историко-лингвистических исследований, моделирование в истории читателя, социокультурное моделирование.

Печатные списки подписчиков появились в отечественных книжных и периодических изданиях в начале 1760-х годов. Их использование было связано с процессом профессионализации издательской деятельности, широким проникновением в нее частной инициативы, а, следовательно, ориентацией на удовлетворение читательского спроса. Предварительная подписка являлась способом привлечения (с помощью газетной рекламы, скидок с обычной стоимости на 10—30% и т. д.) денежных средств потенциальных покупателей на этапе подготовки издания [14; 33].

Покупателей подписных изданий можно отнести к активной части читательской аудитории, поскольку они являлись активными субъектами читательской деятельности, по крайней мере на этапе выбора изданий, так как, во-первых, подписка показывает целенаправленный, а не случайный, вызванный обстоятельствами, интерес к данному изданию. Во-вторых, покупке подписных изданий должно было предшествовать знакомство с объявлением о них в газете, каталоге, специальном проспекте или получение сведений от родственников, друзей, знакомых. Современные ученые выделяют «использование различных, в том числе и библиографических, источников информации» при выборе литературы как важнейшую составляющую высокой культуры чтения [39, с. 33]. И, наконец, в-третьих, подписчики готовы были, рискуя потерять свои деньги, на оплату издательской продукции авансом.

Таким образом, предварительную подписку в последней трети XVIII в. можно рассматривать как социокультурное явление, которое в концентрированном виде отражает взаимодействие издателей с наиболее развитыми и активными читателями. Следовательно, изучение состава покупателей подписных изданий открывает широкие перспективы для исследования активной части читательской аудитории русской книги гражданской печати [32—35].

Списки подписчиков в изданиях последней трети XVIII в., по нашему мнению, можно с полным основанием отнести к массовым источникам, поскольку «они возникли в повседневной жизни, имеют однородное содержание и форму, тяготеющую к стандартизации» [4, с. 334]. Такого рода источники близки к данным статистики и легко могут быть обработаны с помощью математических методов. Кроме того, массовые источники содержат большое количество скрытой, непосредственно невыраженной информации, которую можно получить с применением количественных методов исследования [9, с. 8–9]. Дело в том, что массовые источники — это «документы, которые отражают единичный факт или явление, сами по себе имеющие ограниченный интерес, но в совокупности позволяющие выяснить ту или иную закономерность» [3, с. 8].

Печатные списки подписчиков возникли в ходе ежедневной деятельности издателей по распространению своей продукции, а их содержанием является информация о покупателях этой продукции, представленная, как правило, в однородной форме.

Следует отметить, что массовые исторические источники чаще всего применяются при решении проблем социально-экономической истории XIX—XX веков. Использование массовых исторических источников в исследованиях, связанных с культурной жизнью, встречается гораздо реже. Применительно к истории книжного дела можно вспомнить работы, связанные с изучением периодики второй половины XIX века.

Например, детальный анализ общих статистических данных о подписке на петербургские газеты и журналы в 1868 г. позволил В.П. Пушкиву и З.В. Гришиной сделать ряд существенных выводов о характере читательских пристрастий и географическом районировании потребления периодики. Ученые утверждают, что «основным источником, адекватно отражающим и измеряющим меру и форму воздействия периодики как ведущего средства распространения и усвоения достижений культуры в условиях необъятных просторов России, должна стать подписная статистика на “повременные издания” капиталистической эпохи» [23, с. 97]. Вместе с тем даже для второй половины XIX в. получить подробные статистические выкладки оказывается непросто, поскольку «официальная статистика, указывая общий объем полученной по почте прессы в номерах и денежный доход от этой операции, никогда не “спускалась» до уровня подписки на отдельные издания в конкретных губерниях» [23, с. 98]. А потому работа В.П. Пушкива и З.В. Гришиной стала возможна лишь благодаря опубликованным в 1870 г. К. Беккером подробным статистическим таблицам, содержащим сведения о количестве подписчиков на 50 столичных периодических изданий во всех губерниях.

Таким образом, изучение данных о подписке, относящихся ко второй половине XIX в. и основанных на материалах почтового ведомства, может дать лишь «общее представление о распространении издания». Или, по терминологии историка отечественной журналистики Б.И. Есина, о «суммарном читателе», т. е. только общие количественные сведения о числе подписчиков в целом и по регионам [6, с. 89, 91].

Печатные списки подписчиков в изданиях последней трети XVIII в. носят уникальный характер. Они являются разновидностью книготорговой документации, подробно отражающей сведения не только о количестве проданных экземпляров, но и составе покупателей издательской продукции. Значение данных источников для реконструкции читательской аудитории трудно переоценить. С одной стороны, они позволяют получить представление о количественном составе читательской аудитории отдельного издания, тематико-типологической группы и репертуара подписных изданий в целом, а также по различным регионам. С другой стороны, они содержат достаточно подробную информацию практически о каждом покупателе, давая возможность обрисовать социальный портрет читательской аудитории, получить информацию о ее гендерном составе.

Кроме того, к спискам подписчиков можно подойти не только с помощью количественных методов, но и использовать просопографический метод изучения читательской аудитории, т. е. рассмотреть процесс потребления печатной продукции в связи с биографиями конкретных людей, покупателей. Биографический метод используется при познании читателя современной библиотеки, а в исторических работах — при изучении личных библиотек известных деятелей. Привлечение данного метода при анализе списков подписчиков значительно расширяет рамки его применения.

В качестве отдельного списка учитывался перечень подписчиков на годовой комплект журнала, а также варианты перечня подписчиков, помещаемые в разных томах многотомных изданий в том случае, если они выходили на протяжении нескольких лет и имели существенные различия по составу покупателей. Всего было выявлено 100 списков подписчиков, помещенных в 67 неперIODических изданиях и 22 журналах и продолжающихся изданиях, вышедших в свет в 1762—1800 гг. [34, с. 211—222]. Они содержат сведения о 13 567 случаях приобретения подписных изданий частными лицами и учреждениями.

Естественно, возникает вопрос о степени репрезентативности данного массива источников. В 1762—1800 гг. было выпущено около 7 тыс. изданий гражданской печати. Таким образом, списки подписчиков обобщают данные о покупателях примерно 1% издательской продукции этого периода. Конечно, такая выборка не является достаточной для проведения классического социологического исследования. Вместе с тем такая ситуация часто возникает при использовании количественных методов в исторических исследованиях. Как правило, «историку обычно не приходится выбирать между формированием большой или же малой выборки, поскольку он часто имеет дело с естественными малыми выборками, число которых он не может изменить, т. е. он стоит перед альтернативой: либо воспользоваться данными малой выборки для анализа исследуемых явлений, либо отказаться от такого анализа» [11, с. 136].

В.К. Яцунский отмечал, что при исследовании исторических источников, особенно периода феодализма, ученые часто имеют дело с небольшим количеством сведений, которые можно обработать статистическими методами. В этом случае необходимо, «во-первых, не ограничиваться примерами, исследовать весь сохранившийся материал», а во-вторых, определить насколько он «отражает процессы, характерные для всей страны» [44, с. 32].

Как уже говорилось, списки подписчиков позволяют изучить активную часть читательской аудитории. Академик Н.П. Лихачев еще в 1913 г. писал: «Конечно были и случайные подписчики на ту или другую книгу по родству или знакомству, покупатели, так сказать, случайные, на один раз, — но рядом с этим всякое имя, встреченное в нескольких подобных росписях — есть уже имя библиофила, собирателя» [12, с. 6].

В списках подписчиков последней трети XVIII в. имеются сведения о 13 567 случаях приобретения подписных изданий. При этом покупатели получили более 70 тыс. экз. книг, если принять за единицу отсчета отдельный том многотомных изданий и каждую отдельную часть журнала, объединяющую, как правило, три-четыре номера для ежемесячников или 27 номеров для еженедельников.

Для того чтобы понять, насколько значительными являются данные, полученные при анализе сведений о подписке на книги и журналы в 1762—1800 гг., необходимо сопоставить их со статистическими выкладками, отражающими объемы отечественной книжной торговли в этот период. Мы на сегодняшний день не располагаем сколько-нибудь полными данными на этот счет. Учеными выявлены и изучены лишь данные, отражающие динамику книжной торговли Академии наук, одного из крупнейших издательских и книготорговых центров России в XVIII веке.

Так, по данным Д.В. Тюличева, в Петербургской Академической книжной лавке в 1759 г. было реализовано 16 297 экз. книг, включая 8 800 экз. календарей, а в 1764 г. — 20 988 экз. книг, включая 11 964 экз. календарей [40, с. 191]. А в Московской Академической книжной лавке за 1749—1763 гг. было продано 57 738 экз. книг на русском языке и календарей [40, с. 206]. В 1768 г., по нашим подсчетам, в Петербургской Академической книжной лавке было куплено 12 949 экз. изданий на русском языке, включая 3 979 экз. различных календарей [31]. М.И. Мартынова и И.Ф. Мартынов подсчитали, что при Е.К. Вильковском, являвшемся комиссаром книжной лавки в 1781—1784 гг., в разные годы ежедневно продавалось от 13 до 27 книг [20, с. 69]. Следовательно, можно предполагать, что в этот период через академическую книжную торговлю ежегодно реализовывалось от 4 500 до 9 500 экз. изданий. В 1790-х гг., по подсчетам А.А. Зайцевой, книжная лавка Академии наук продавала «примерно 6000 книг в год» [7, с. 130].

Приведенные цифры убедительно свидетельствуют о том, что данные о продаже издательской продукции, содержащиеся в списках подписчиков на книги и журналы в последней трети XVIII в., сопоставимы с оборотом книжной лавки Академии наук, крупнейшего книготоргового центра эпохи, за 5—10 лет. Но в отличие от документации, хранящейся в архиве Академии наук, списки подписчиков позволяют увидеть не только общее количество покупателей, но и конкретных людей, приобретающих печатную продукцию.

Говоря о репрезентативности печатных списков подписчиков в изданиях последней трети XVIII в. как о статистических источниках, следует также помнить, что для исторических исследований допустима значительная доля погрешности, не оказывающая важного влияния на правомерность конечных выводов. Так, крупнейший специалист в области применения математических методов в исторических трудах Б.Н. Миронов пишет: «Вследствие неточности первичных данных, которая не имеет тенденции уменьшаться при их генерализации, в практике

научной работы в области истории приходится признать хорошими и, следовательно, относительно достоверными те имеющиеся в распоряжении исследователя статистические данные, которые расходятся с действительными до 20%» [21, с. 43].

Кроме того, на наш взгляд, можно говорить и об относительной репрезентативности данных печатных списков подписчиков, поскольку получить сопоставимый по объему массив сведений о читателях того времени из других источников (мемуаров, писем, записей на книгах) не представляется возможным. Следует также помнить, что перечни подписчиков имеются в изданиях, посвященных различной тематике, что также повышает репрезентативность сделанных на их основе статистических обобщений.

Имеющаяся в печатных списках подписчиков последней трети XVIII в. информация позволяет применить в качестве метода их изучения количественный анализ, под которым понимается «выявление и формирование системы численных характеристик изучаемых объектов, явлений и процессов, которые будучи подвергнуты определенной математической обработке создают основу для сущностно-содержательного анализа, приводящего к раскрытию количественной меры соответствующего качества» [10, с. 314—315].

На основе количественного анализа сведений о читателях, содержащихся в печатных списках подписчиков, был применен метод моделирования и разработана модель читателя русской книги гражданской печати второй половины XVIII в. [34; 35] По своему типу такая модель является отражательно-измерительной [10, с. 364], поскольку отражает реальные, имевшиеся в действительности социальные, географические, гендерные и персональные параметры, присущие читательской аудитории как социокультурной системе.

Разработка такой модели включает два основных этапа: сущностно-содержательный и формально-количественный. На первом этапе разрабатывается качественная модель, а на втором этапе она наполняется формально-количественным содержанием [10, с. 365–366].

Печатные списки подписчиков в изданиях последней трети XVIII в. представляют собой перечни лиц и учреждений с указанием ряда сведений о каждом из них. Поскольку в большинстве случаев списки подписчиков помещались в многотомных книжных изданиях или в номерах периодических изданий, то, как правило, информация о подписчиках не структурировалась. Проще говоря, сведения о подписчиках заносились в списки по мере поступления информации. Аналогичный характер носили и более ранние записи в приходных книгах Московского печатного двора или Санкт-Петербургской типографии.

Однако практически всегда достаточно четкую структуру имело каждое отдельное сообщение о покупателе. Оно включает следующие элементы: 1) указание фамилии, имени, отчества подписчика; 2) указание на сословие (для представителей недворянской части общества), а для дворян, офицеров и чиновников, как правило,

данные о чине по Табели о рангах и/или должности подписчика; 3) данные о месте проживания подписчика; 4) сведения о количестве заказанных экземпляров; 5) информацию о качестве бумаги приобретаемых экземпляров. Первый элемент имеется всегда, второй практически всегда, третий достаточно часто, а четвертый и пятый — от случая к случаю. Данные об информативности списков подписчиков обобщены в табл. 1.

Таким образом, печатные списки подписчиков в книгах и журналах последней трети XVIII в. дают возможность решить важнейшие проблемы в изучении истории русского читателя этого периода. Во-первых, они позволяют создать модель, отражающую социальный состав читателей; во-вторых, определить географию расселения потребителей печатной продукции; в-третьих, оценить гендерные особенности читательских интересов; в-четвертых, получить представление о персональном составе активных покупателей книг; в-пятых, выявить особенности потребления изданий гражданской печати представителями различных социальных групп (дворянство, духовенство, купечество, разночинцы, крестьянство) и учреждениями. В итоге такой работы возникает многомерная научно обоснованная модель читательской аудитории русской книги гражданской печати.

При этом такая модель позволяет по четырем параметрам (социальная структура и география расселения, гендерный состав, персональный состав) оценить читателя на уровне отдельного издания, на уровне тематической группы, на уровне репертуара подписных изданий. Кроме того, на уровне тематической группы и репертуара подписных изданий возможно проследить динамику их изменения по десятилетиям.

Применение тематико-типологического метода к подписным изданиям последней трети XVIII в. позволило выделить для отдельного рассмотрения пять тематико-типологических групп книжных изданий (книги по истории, издания художественной литературы, книги по естествознанию и технике, издания по богословию и философии, книги для детей) и периодические издания (литературные и специализированные журналы).

Важнейшей составной частью характеристики читательской аудитории является социальный состав потребителей печатной продукции. В русском обществе второй половины XVIII в. идет активное формирование сословной структуры, которая закрепляется законодательными актами. Принадлежность к определенной сословной группе гарантировала права и привилегии, а потому осознавалась как важнейшая составляющая социального статуса индивида.

Особое значение социальному статусу придавалось в дворянско-чиновничьей среде, где положение человека определялось его местом в служебной иерархии и чином по Табели о рангах [16, с. 22—24; 17, с. 167]. «Власть чина над умами представителей господствующего класса не только установила критерий оценки всех явлений гражданской жизни дворянства, не только подчинила бю-

### Информативность печатных списков подписчиков в изданиях 1762—1800 гг.

Содержание информации в печатных списках подписчиков	Количество списков подписчиков			
	Указаны в полном объеме для большинства подписчиков	Указаны не в полном объеме или для части подписчиков	Отсутствуют	Всего
Данные о фамилии, имени и отчестве подписчика	86	14	—	100
Данные о социальном положении подписчика	94	4	2	100
Данные о местожительстве подписчика	60	25	15	100

рократическим ценностям сословное самосознание, но и определила ведущий ориентир отношения к человеческой личности в светской среде», — отмечает исследователь психологии российского дворянства Е.Н. Марасинова [15, с. 81]. Чин, ранг, должность дворянина определяли его положение не только на службе, но и во всех других сферах жизни. От чина зависела форма обращения к лицу, по чинам не только назначались жалование и пенсия, но и давали лошадей на почтовых станциях, разносили кушанья во время званных обедов и т. д. [13, с. 28—34; 15, с. 80—83]. В сознании человека XVIII в. «благородное сословие» постоянно «дробится шкалой бюрократических статусов». Современники особо «выделяют в среде дворянства нижние чины и 5 первых чинов» [15, с. 80].

При оформлении любых документов (купчих, закладов, актов купли и продажи) необходимо было указывать не только фамилию, но и чин. Поэтому совершенно логично выглядит тот факт, что в печатных перечнях подписчиков в изданиях второй половины XVIII в. в большинстве случаев кроме имени человека четко указывается его сословие для представителей недворянских слоев общества (например, московский купец, курский мещанин, архангельский крестьянин), а для дворян, офицеров и чиновников определяется его положение через общие формулы титулования по классу чина или должности [42, с. 21, 57; 43, с. 142—143, 379]. Иногда в дополнение или вместо общих формул титулования приводится указание самого чина или должности. Наличие такой информации в перечнях подписчиков на то или иное издание позволяет довольно ясно представить социальный состав его читателей.

Анализ информации о социальном положении покупателей книг и журналов, содержащейся в печатных перечнях подписчиков, позволяет выделить следующие

социальные группы. Во-первых, светские лица, в числе которых: 1) члены императорской семьи (Екатерина II, Павел I, великие князья и княжны), 2) титулованные представители знати (лица, имевшие титул князя, графа, барона), именовавшиеся *ваше сиятельство*; 3) лица с чинами I—II классов по Табели о рангах, носившие титул *ваше высокопревосходительство*; 4) лица с чинами III—IV классов по Табели о рангах, носившие титул *ваше превосходительство*; 5) лица с чинами V класса по Табели о рангах, имевшие титул *ваше высококордие*; 6) лица с чинами VI—VIII классов по Табели о рангах, именовавшиеся *ваше высокоблагородие*; 7) лица с чинами IX—XIV классов по Табели о рангах, называвшиеся *ваше благородие*; 8) купцы; 9) мещане; 10) представители разночинной интеллигенции (учителя, врачи, студенты, актеры, канцелярские служащие, не имевшие чинов по Табели о рангах и т. д.); 11) нижние военные чины (солдаты, капралы, сержанты); 12) крестьяне и дворовые люди. Представителей духовного звания также можно разделить на несколько групп [42, с. 156—158; 43, с. 441—447]: 1) иерархи русской православной церкви (митрополиты, архиепископы, епископы); 2) руководители монастырей (архимандриты, игумены, настоятели); 3) протоиереи и священники; 4) дьяконы; 5) иеромонахи и монахи; 6) семинаристы (учащиеся духовных учебных заведений). Помимо этого, в особую категорию можно выделить лиц, названных в перечнях подписчиков только по именам без указания социального статуса, отдельно учитывались также покупатели, обозначенные как «неизвестные особы». Еще одну группу покупателей подписных изданий составляли учреждения (научные общества, светские и духовные учебные заведения, центральные и местные органы государственного управления, суды, почтамты и т. д.).

Таким образом, формально-количественная модель читательской аудитории включает 21 группу подписчиков.

Вместе с тем, социальные характеристики, даваемые отдельным покупателям в печатных списках подписчиков, отличались разнообразием. Требуется большая аналитическая работа по их формализации и приведению к разработанной нами модели. Например, представители дворянства и чиновничества обозначались в перечнях подписчиков не только по пяти основным формам титулования, но и/или прямым указанием на чин или должность в военной сухопутной или морской службе, гражданской службе. Кроме того, особые наименования чинов имели таможенные служащие, служащие горного ведомства, представители украинского дворянства, донского казачества и т. д. Формализация этой информации требует знания исторических реалий о службе дворянства во второй половине XVIII в. и использования широкого круга научной и справочной литературы [5, 28, 42, 43].

Важным показателем развития книжной культуры является уровень распространения книги в различных регионах страны. Изучение географии создания и бытования книги постоянно находится в центре внимания историко-книговедческих исследований. Большое внимание уделено изучению географии распространения книги в Древней Руси [26, 27]. Н.Н. Розов предложил даже ввести специальную вспомогательную дисциплину «библиогеографию», которая должна изучать региональные особенности в художественном оформлении рукописной книги [25].

Основными центрами книгопечатания в последней трети XVIII в., даже после появления ряда провинциальных типографий, оставались Санкт-Петербург и Москва, а возможности проникновения столичной печатной продукции в провинцию долгое время были ограничены. Широко известно высказывание Н.И. Новикова, сделанное им на страницах журнала «Живописец» в 1773 г.: «Живущие в отдаленных провинциях дворяне и купцы лишены способов покупать книги и употреблять их в свою пользу. Напечатанная в Петербурге книга чрез трои или четверо руки дойдет, например, в малую Россию; всякой накладывает неумеренной барыш, для того, что производит сию торговлю весьма малым числом денег; итак продающаяся в Петербурге книга по рублю приходит туда почти всегда в три рубли, а иногда и больше» [36, с. 442].

В последней четверти XVIII в., в том числе благодаря активным усилиям Н.И. Новикова, появляются книжные лавки в целом ряде провинциальных городов. По подсчетам И.Ф. Мартынова, книжная торговля в разные годы велась почти в 40 городах центральной России (Воронеж, Калуга, Коломна, Орел, Севск, Смоленск, Суздаль, Тамбов, Тверь, Торжок, Тула), Поволжья (Казань, Кострома, Нижний Новгород, Ростов, Симбирск, Ярославль), Украины (Глухов, Киев, Нежин, Полтава, Чернигов), Прибалтики (Выборг, Ревель, Рига, Нарва), а также Севера России

и Сибири (Архангельск, Вологда, Иркутск, Ишим, Омск, Пермь, Сарапул, Томск, Тобольск) [18, с. 120—124].

Следует заметить, что и в первом десятилетии XIX в. провинциальная книжная торговля была развита слабо. По данным А.И. Рейтблата, в 1811 г. было всего 29 книжных лавок в провинциальных городах, а «больше половины губерний с русским населением вообще не имело постоянных книготорговых точек» [24, с. 7—8].

Таким образом, сведения о географии книжной торговли дают достаточно ограниченную картину, а получить информацию о путях распространения книги, существовавших помимо книжных лавок, достаточно сложно, поскольку одним из основных каналов приобретения печатной продукции были личные связи. И.Ф. Мартынов отмечает на примере Костромы, что «основным источником комплектования костромских библиотек в конце XVIII в. были столичные книжные лавки, куда провинциальные книголюбцы нередко навещались, приезжая по делам в Москву или Петербург. Со временем многие костромичи завели на берегах Невы и Москвы-реки своих постоянных корреспондентов, которые в порядке дружеской услуги регулярно высылали им последние литературные новинки» [19, с. 127]. Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в сибирских городах, куда учебные и профессиональные книги попадали чаще всего через местную администрацию, а по линии личных связей поступала «литература по наиболее злободневным общественно-политическим проблемам» [38, с. 114].

Изучение географии распространения издательской продукции в российской провинции во второй половине XVIII в. приобретает особую актуальность в связи с тем, что в этот период здесь идет активизация культурной жизни, формируются местные «культурные гнезда» [22]. Такая ситуация возникла в результате освобождения дворянства от обязательной службы, дарованного «Манифестом о вольности дворянства» от 18 февраля 1762 года. И.В. Фаизова пишет: «Начавшееся в 1760-е гг. перемещение значительных интеллектуальных ресурсов из столиц и полков в поместья, уездные и губернские города положило начало процессу обновления духовной жизни и культурного ландшафта российской провинции, складыванию рафинированной культуры больших барских усадеб и не столь рафинированного, но тронутого началами светскости помещичьего быта в усадьбах помещиков средней руки» [41, с. 171]. Другой толчок к развитию культурной жизни провинции дала начавшаяся в 1775 г. губернская реформа, в ходе которой выросло число населенных пунктов, получивших статус городов, резко вырос чиновничий аппарат на местах.

Все большее внимание привлекает использование количественных методов для изучения культуры (в том числе и книжного дела) в провинции. Так, Т.Н. Кандаурова применительно ко второй половине XIX — началу XX в. пишет: «Количественные характеристики, свидетельствующие о состоянии и развитии местной периодики и

печати, а также издательского дела (число изданий, типы и виды печатной продукции, тиражи, число подписчиков, тип изданий) будут определенным показателем культурного потенциала региона» [8, с. 113].

В последней трети XVIII в. провинциальное книгоиздание только зарождалось, а местная периодика делала первые робкие шаги. Вместе с тем, изучение печатных списков подписчиков, главным образом в столичных изданиях, дает возможность не просто получить новые данные о географии распространения книг и журналов в русской провинции в последней трети XVIII в., но и построить статистическую модель библиогеографии этого времени.

Правда, сведения о местожительстве покупателей подписных изданий помещались не во всех печатных списках подписчиков. Особенно мало такой информации в изданиях, напечатанных в 1760-х — первой половине 1770-х годов. Надо сказать, что почтовая рассылка издательской продукции развивается параллельно со становлением системы единой почтовой связи в стране. Историк отечественной почтовой службы А.Н. Вигилев датирует начало рассылки петербургским почтамтом периодических изданий по подписке 1772 годом. До этого времени печатная продукция отправлялась в пакетах как обычная письменная корреспонденция [1, с. 280].

Определенные сложности возникли и при разработке модели изучения географии распространения подписных изданий. Дело в том, что на протяжении последней четверти XVIII в. в ходе проведения губернской реформы границы отдельных территориальных единиц неоднократно менялись. В связи с этим, при отнесении тех или иных городов и населенных пунктов к определенным регионам мы учитывали их принадлежность к губерниям по состоянию на 1797 г., отраженному в печатных росписях [29, 30]. Отдельные уточнения были сделаны по списку городов Российской империи на начало XX века [2].

При определении географии расселения читательской аудитории мы рассматривали общее соотношение подписчиков из столиц (Санкт-Петербурга и Москвы) и провинции, а также ареал (общее число населенных пунктов распространения) издательской продукции. При этом географический аспект изучения читателя также рассматривался на трех уровнях (отдельного издания, тематической группы, репертуара подписных изданий).

Комплексное изучение списков подписчиков позволило получить данные о числе случаев подписки в каждом из населенных пунктов (около 400), где проживали покупатели подписных изданий. На его основе стало возможным определение количества случаев приобретения подписных изданий в каждой губернии и крупных регионах.

Вместе с тем информация, содержащаяся в печатных списках подписчиков, позволяет увидеть и особенности читательских интересов отдельных социальных групп. Полученные данные позволяют определить степень проникновения изданий гражданской печати в разные слои русского общества, прежде всего в те группы (духовен-

ство, купечество, крестьянство), которые продолжали придерживаться традиционных культурных ценностей. Анализ покупателей подписных изданий гражданской печати по отдельным социальным стратам дает возможность более детально увидеть состав читательской аудитории, определить специфику читательских интересов разных сословий, а также географию их расселения.

Существенной частью создаваемой на основе списков подписчиков модели читательской аудитории является определение гендерных особенностей потребления печатной продукции. Списки подписчиков позволяют увидеть социальную дифференциацию и географию проживания женщин, а также специфику их читательских интересов.

Помимо информации о социальном составе и географии расселения покупателей подписных изданий печатные списки подписчиков позволяют определить и персональный состав покупателей подписных изданий. Всего в них перечислено 8300 имен индивидуальных покупателей и 211 названий учреждений. Учитывая, что 227 подписок было произведено покупателями, обозначенными как «неизвестные особы», можно говорить о том, что подписные издания приобретали около 8500 читателей. При этом 2039 индивидуальных покупателей подписных изданий осуществили более одной подписки. Общие сведения о подписчиках, приобретавших книги и журналы два и более раз, представлены в табл. 2.

Таблица 2

### Покупательская активность при приобретении подписных изданий

Покупатели, выписывавшие книги и журналы	Количество подписчиков
2 раза	1035
3 раза	469
4 раза	199
5 раз	122
6 раз	65
7 раз	37
8 раз	35
9 раз	20
10 раз	19

Таблица 2 (окончание)

11 раз	9
12 раз	5
13 раз	3
14 раз	2
15 раз	5
16 раз	3
17 раз	3
20 раз	1
21 раз	1
23 раза	2
25 раз	1
28 раз	2
30 раз	1
<b>Всего</b>	<b>2039</b>

А.Н. Севастьянов высказал предположение о том, что «к концу 1790-х гг. в России было до 12—13 тыс. регулярных читателей» [37, с. 31]. Думается, что полученная в ходе нашего исследования цифра (8500 лиц, выступавших подписчиками на книги и журналы в 1762—1800 гг.) дает более верное представление о составе активной читательской аудитории, по крайней мере, изданий гражданской печати.

Способом освоения информации о персональном составе активной части читательской аудитории стал биобиблиографический словарь активных покупателей подписных изданий. В нем обобщены сведения о 214 читателях, оформивших подписку шесть и более раз [34, с. 223—269]. О каждом приводятся полные сведения с указанием фамилии, имени, отчества, а также дат жизни и основных биографических данных.

Опыт составления биобиблиографического словаря активных подписчиков дает основания говорить о возможности реконструкции предварительного списка активной части читательской аудитории, который будет, во многом, совпадать с составом владельцев частных библиотек. Данный биобиблиографический словарь может рассматриваться как образец, модель для регистрации информации о персональном составе читателей.

Таким образом, специфика печатных списков подписчиков в изданиях последней трети XVIII в. как исто-

рического источника позволила разработать и применить метод моделирования и создать многоуровневую интегральную динамическую отражательно-измерительную параметрическую модель читателя русской книги гражданской печати второй половины XVIII в., включающую социальную, географическую, гендерную и персональную характеристики, а также отражающую тематико-типологическую структуру круга чтения различных групп населения [34, 35].

Метод социокультурного моделирования читателя последней трети XVIII в. на основе печатных списков подписчиков, рассматриваемых в качестве массового историко-книговедческого источника, может быть использован и при изучении читательской аудитории других периодов. Особенно, первой четверти XIX века.

#### Список источников

1. Вигилев А.Н. История отечественной почты / А.Н. Вигилев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Радио и связь, 1990. — 312 с.
2. Города Российской империи на 1.01.1914 со сведениями о них на 1.01.1987 : справочник / авт.-сост. Л.А. Рутковская. — СПб. : Изд-во «Русско-Балтийский информ. центр БЛИЦ», 1996. — 88 с.
3. Губенко М.П. Конкретное источниковедение истории советского общества / М.П. Губенко, Б.Г. Литвак // Вопр. истории. — 1965. — № 1. — С. 3—16.
4. Данилевский И.Н. Источниковедение : Теория. История. Метод. Источники российской истории : учеб. пособие для гуманит. спец. / И.Н. Данилевский, В.В. Кабанов, О.М. Медушевская, М.Ф. Румянцова ; Рос. гос. гуманит. ун-т, Ин-т «Открытое о-во». — М.: РГГУ, 1998. — 702 с.
5. Ерошкин Н.П. История государственных учреждений дореволюционной России / Н.П. Ерошкин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : «Третий Рим», 1997. — 357 с.
6. Есин Б.И. Журналистика и читатель (к вопросу о методах изучения читательской аудитории XIX в.) // Методы исследования журналистики. — Ростов н/Д., 1981. — Вып. 3. — С. 85—94.
7. Зайцева А.А. Книжная лавка Академии наук в конце XVIII века // Русские книги и библиотеки в XVI — первой половине XIX века : сб. науч. тр. — Л. : БАН, 1983. — С. 121—135.
8. Кандаурова Т.Н. Методы количественного анализа в изучении провинциальной культуры // Русская провинция. Культура XVIII—XX вв. : сб. ст. — М. : Рос. ин-т культурологии, 1993. — С. 111—115.
9. Ковальченко И.Д. Задачи изучения массовых исторических источников // Массовые источники по социально-экономической истории России периода капитализма. — М. : Наука, 1979. — С. 5—16.
10. Ковальченко И.Д. Методы исторического исследования / И.Д. Ковальченко. — М. : Наука, 1987. — 440 с.
11. Количественные методы в исторических исследованиях : [учеб. пособие для вузов по спец. «История» / Л.И. Бородкин, И.М. Гарскова, Т.Ф. Измestьева и др.] ; под ред. И.Д. Ковальченко. — М. : Высшая школа, 1984. — 384 с.
12. Лихачев Н.П. Генеалогическая история одной помещичьей библиотеки / Н.П. Лихачев. — СПб. : тип. «Сириус», 1913. — 103 с.

13. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII — начало XIX века) / Ю.М. Лотман. — СПб. : «Искусство—СПб», 1994. — 399 с.
14. Лясков В.Ф. Возникновение рынка подписных изданий в России и книгораспространительская деятельность Н.И. Новикова // Книга. Исслед. и материалы. — М. : Книга, 1978. — Сб. 36. — С. 73—80.
15. Марасинова Е.Н. Психология элиты российского дворянства последней трети XVIII века : (По материалам переписки) / Е.Н. Марасинова. — М. : РОССПЭН, 1999. — 302 с.
16. Марасинова Е.Н. Русский дворянин второй половины XVIII в. (социопсихология личности) // Вест. Моск. ун-та. Серия 8. История. — 1991. — № 1. — С. 17—28.
17. Марасинова Е.Н. Эпистолярные источники о социальной психологии российского дворянства (Последняя треть XVIII в.) // История СССР. — 1990. — № 4. — С. 165—173.
18. Мартынов И.Ф. Книга в русской провинции 1760—1790-х гг. Зарождение провинциальной книжной торговли // Книга в России до середины XIX века. — Л. : Наука, 1978. — С. 109—125.
19. Мартынов И.Ф. Книжные собрания в русской провинции конца XVIII — начала XIX в. (По материалам книговедческого обследования библиотек, музеев и архивов Костромы. 1980 г.) // Книготорговое и библиотечное дело в России в XVII — первой половине XIX в. : сб. науч. тр. — Л. : БАН, 1981. — С. 119—134.
20. Мартынова И.М. Петербургский книгоиздатель и книготорговец XVIII в. Е.К. Вильковский и издание учебных пособий для народных училищ / И.М. Мартынова, И.Ф. Мартынов // История книги и издательского дела. — Л. : БАН, 1977. — С. 62—95.
21. Миронов Б.Н. История в цифрах. Математика в исторических исследованиях / Б.Н. Миронов. — Л. : Наука, 1991. — 167 с.
22. Пиксанов Н.К. Областные культурные гнезда : Историко-краеведный семинар / Н.К. Пиксанов. — М. ; Л. : Госуд. изд-во, 1928. — 148 с.
23. Пушкин В.П. Культурная типология России во второй половине XIX века. (Многомерный статистический анализ подписной статистики на петербургские газеты и журналы 1868 года) / В.П. Пушкин, З.В. Гришина // ЭВМ и математические методы в исторических исследованиях : сб. ст. — М. : ИРИ РАН, 1994. — С. 97—128.
24. Рейтблат А.И. Как Пушкин вышел в гении : Ист.-социол. очерки о кн. культуре Пушкинской эпохи / А.И. Рейтблат. — М. : Новое лит. обозрение, 2001. — 328 с.
25. Розов Н.Н. Искусство книги Древней Руси и библиогеография (по новгородско-псковским материалам) // Древнерусское искусство: Рукописная книга. — М. : Наука, 1972. — Сб. 1. — С. 24—51.
26. Розов Н.Н. Книга Древней Руси (XI—XIV вв.) / Н.Н. Розов. — М. : Книга, 1977. — 168 с.
27. Розов Н.Н. Об исследовании географического распространения рукописной книги (По материалам Софийской библиотеки) // Пути изучения древнерусской литературы и письменности. — Л. : Наука, 1970. — С. 160—170.
28. Романович-Славатинский А.В. Дворянство в России от начала XVIII века до отмены крепостного права / А.В. Романович-Славатинский. — Киев, 1912. — X, XX, 581 с.
29. Росписание городам без уездным, оставшимся за штатом, также крепостям, местечкам и редутам. — СПб., 1797. — 2, 27 с.
30. Росписание губерньским и уездным штатным городам, по новому разделению губерний устроенным, с показанием расстояния от обеих столиц и от губернского города. — СПб., 1797. — 2, 37 с.
31. Самарин А.Ю. Академическая книжная торговля в 1768 году: особенности покупательского спроса // Тез. докл. 39-й Науч.-техн. конф. профессорско-преподавательского состава, аспирантов и научных сотрудников МГУП. — М., 1999. — Ч. 2. — С. 107—109.
32. Самарин А.Ю. «Имена особ, благоволивших подписаться на книгу...». О списках подписчиков в изданиях второй половины XVIII века // Про книги. — 2010. — № 1(13). — С. 63—73.
33. Самарин А.Ю. «Сие выдуманно в пользу общества и автора» : Подписные издания в России второй половины XVIII века // Новое лит. обозрение. — 2002. — № 54. — С. 146—163.
34. Самарин А.Ю. Читатель в России во второй половине XVIII века (по спискам подписчиков) / А.Ю. Самарин. — М. : Изд-во МГУП, 2000. — 288 с.
35. Самарин А.Ю. Читатель русской книги гражданской печати во второй половине XVIII века (по спискам подписчиков) : автореф. дис. ... д-ра ист. наук / А.Ю. Самарин. — М. : МГУП, 2002. — 38 с.
36. Сатирические журналы Н.И. Новикова. — М. ; Л. : Изд-во Акад. наук СССР, 1951. — 616 с.
37. Севастьянов А.Н. Рост образованной аудитории как фактор развития книжного и журнального дела в России (1762—1800) / А.Н. Севастьянов. — М. : Изд-во МГУ, 1983. — 49 с.
38. Ситников А.Л. К истории книгораспространения в Сибири во второй половине XVIII в. // Становление системы библиотечного обслуживания и книжного дела в Сибири и на Дальнем Востоке : сб. науч. тр. — Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 1977. — С. 98—120.
39. Трубкин С.А. Культура чтения как критерий общей типологии читателей // Сов. библиотекосведение. — 1980. — № 1. — С. 28—38.
40. Тюличев Д.В. Книгоиздательская деятельность Петербургской Академии наук и М.В. Ломоносов / Д.В. Тюличев. — Л. : Наука, 1988. — 280 с.
41. Фаизова И.В. «Манифест о вольности» и служба дворянства в XVIII столетии / И.В. Фаизова. — М. : Наука, 1999. — 222 с.
42. Шепелев Л.Е. Титулы, мундиры, ордена в Российской империи / Л.Е. Шепелев. — Л. : Наука, 1991. — 224 с.
43. Шепелев Л.Е. Чиновный мир России : XVIII — начало XX века / Л.Е. Шепелев. — СПб. : Искусство—СПб, 1999. — 479 с.
44. Яцунский В.К. О применении статистического метода в исторической науке // Исследования по отечественному источниковедению : сб. ст., посвященных 75-летию С.Н. Валка. — М. ; Л. : Наука, 1964. — С. 26—36.