Роберто Калассо

# Искусство издателя

GARAGE PRO

Роберто Калассо

# Искусство издателя

«Ад Маргинем Пресс»

2013

УДК 655.4/.5(081)
ББК 76.17я44

**Калассо Р.**

Искусство издателя / Р. Калассо — «Ад Маргинем Пресс», 2013

ISBN 978-5-91103-351-4

В книге Роберто Калассо (род. 1941), итальянского прозаика и переводчика, одного из зачинателей и многолетнего директора известного миланского издательства Adelphi, собраны эссе об издательском деле – особом искусстве, достигшем расцвета в XX веке, а ныне находящемся под угрозой исчезновения. Автор делится размышлениями о сущности и судьбе этого искусства, вспоминает о выдающихся издателях, с которыми ему довелось быть знакомым, рассказывает о пути своего издательства – одного из ярчайших в Европе последних пятидесяти лет.

УДК 655.4/.5(081)
ББК 76.17я44

ISBN 978-5-91103-351-4

© Калассо Р., 2013
© Ад Маргинем Пресс, 2013

# Содержание

1. Книгоиздание как литературный жанр 6
2. Уникальные книги 11
Конец ознакомительного фрагмента. 12

# Роберто Калассо
# Искусство издателя

Roberto Calasso
L’impronta dell’editore

Adelphi Edizioni

Данное издание осуществлено в рамках совместной издательской программы Музея современного искусства «Гараж» и ООО «Ад Маргинем Пресс»

Published by arrangement with ELKOST International Literary Agency

Перевод – Александр Дунаев
Редактор серии – Алексей Шестаков
Оформление – ABCdesign

L’IMPRONTA DELL’EDITORE
Copyright © 2013, Adelphi Edizioni S.p.A., Milano
All rights reserved
© Дунаев А.Л., перевод, 2017
© ООО «Ад Маргинем Пресс», 2017
© Фонд развития и поддержки искусства «АЙРИС»/ IRIS Foundation, 2017

# 1. Книгоиздание как литературный жанр

Я хотел бы поговорить с вами о том, что обычно считается само собой разумеющимся, но затем оказывается совершенно не очевидным: об искусстве издания книг. И сначала я хотел бы на мгновение остановиться на самом понятии издательского дела, потому что мне кажется, что оно окружено немалым количеством недоразумений. Если спросить кого-нибудь: что такое издательство? – обычный и самый разумный ответ звучит так: это второстепенная отрасль промышленности, в которой пытаются зарабатывать деньги, издавая книги. А каким должно было бы быть *хорошее* издательство? Предполагается, что хорошим было бы такое издательство – если мне позволят тавтологию, – которое издает, насколько это возможно, *только* хорошие книги. То есть, если использовать упрощенное определение, книги, которыми издатель скорее гордится, а не те, которых стыдится. С этой точки зрения, подобное издательство вряд ли могло бы представлять какой-либо интерес в экономическом плане. Издание хороших книг еще никого не озолотило. Или, по крайней мере, не настолько, насколько могут обогатить поставки на рынок минеральной воды, компьютеров или пластиковых пакетов. Судя по всему, издательская компания может обеспечивать значительные доходы только при условии, что хорошие книги теряются среди множества других вещей совсем иного качества. А когда теряешься, очень легко утонуть – и исчезнуть полностью.

Далее, стоит напомнить, что во многих случаях издательское дело оказывалось быстрым и надежным способом для того, чтобы растратить и пустить по ветру значительные состояния. Можно было бы даже добавить, что для молодых людей из благородных семейств создание издательства, наряду с рулеткой и *кокотками*, всегда было одним из самых эффективных методов расточения собственного имущества. Если это так, то возникает вопрос, почему на протяжении веков роль издателя привлекала такое большое количество людей и в наши дни по-прежнему считается захватывающей и, в некоторых отношениях, загадочной? Например, нетрудно заметить, что нет более завидного титула, к которому стремились бы могущественные в экономическом отношении люди, зачастую завоевывающие его в буквальном смысле дорогой ценой. Если такие люди могли бы утверждать, что *издают книги*, а не производят замороженные овощи, то, вероятно, они были бы счастливы. Значит, можно сделать вывод о том, что издательское дело – это не только разновидность предпринимательской деятельности; оно всегда было вопросом престижа хотя бы потому, что речь идет о такой разновидности предпринимательства, которое, вместе с тем, является и искусством. Искусством во всех отношениях, причем искусством опасным, потому что для занятия им деньги играют ключевую роль. С этой точки зрения, можно с уверенностью утверждать, что со времен Гутенберга мало что изменилось.

И все же, если мы окинем взором пять веков истории издательского дела, пытаясь воспринимать его как искусство, мы сразу же обнаружим парадоксы самого разного рода. Первым мог бы быть этот: на основании каких критериев можно судить о величии издателя? По этому вопросу, как говаривал один мой испанский друг, нет библиографии. Можно прочесть очень эрудированные и подробные труды о деятельности некоторых издателей, но крайне редко в них можно обнаружить суждение об их величии, как это обычно происходит, когда речь идет о писателях или художниках. В чем же тогда состоит величие издателя? Я попытаюсь ответить на этот вопрос, приведя несколько примеров. Первый и, возможно, самый красноречивый, относится к истокам издательского дела. С появлением книгопечатания возник феномен, который позднее повторился с рождением фотографии. Кажется, будто в эти изобретения нас посвятили мастера, которые сразу же достигли недосягаемого превосходства. Если хочешь понять суть фотографии, достаточно изучить творчество Надара. Если хочешь понять, каким может быть великое издательство, достаточно бросить взгляд на книги, отпе-

чатанные Альдом Мануцием. Он был Надаром издательского дела. Он первым представил издательство в категориях *формы*. И здесь слово *форма* следует понимать в разных, противоречивых значениях. В первую очередь, форма играет решающую роль в выборе и в последовательности книг для публикации. Но форма касается и сопроводительных текстов, и внешнего вида книги как объекта. Поэтому она включает в себя обложку, дизайн, верстку, шрифт, бумагу. Сам Альд имел обыкновение писать в форме писем или *эпистол* те краткие вводные тексты, которые стали предшественниками не только всех современных введений, предисловий и послесловий, но и всех клапанов обложек, презентаций для книжных магазинов и современной рекламы. Это был первый намек на то, что все книги, опубликованные одним издателем, можно рассматривать как звенья единой цепи, или как части книжной змеи, или как фрагменты единой книги, сложенной из всех книг, опубликованных этим издателем. Это, разумеется, самая смелая и амбициозная цель издателя, и такой она оставалась на протяжении пятисот лет. И если вам кажется, что речь идет о невыполнимой задаче, достаточно лишь напомнить, что и литература теряет все свое волшебство, если не таит в себе невозможное. Что-то подобное, на мой взгляд, можно сказать и об издательском деле или, по крайней мере, о том особом способе быть издателем, которого, конечно же, не очень часто придерживались на протяжении веков, но который порой давал знаменательные результаты. Чтобы дать представление о том, что может возникнуть из такого понимания издательского дела, я расскажу о двух книгах, напечатанных Альдом Мануцием. Первая, изданная в 1499 году, носила путаное название «Гипнэротомахия Полифила» («гипнэротомахия» означает «любовное борение во сне»). Но о чем шла речь? Сегодня это назвали бы «первым романом». Кроме того, книга принадлежала перу неизвестного автора (и по сей день остающегося загадкой) и была написана на некоем воображаемом языке, своего рода «Поминки по Финнегану», составленные целиком из макаронической смеси итальянского, латыни и греческого (тогда как еврейский и арабский появлялись в ксилографиях). Довольно, надо сказать, рискованная операция. Но как выглядела книга? Это был том в формате инфолио, украшенный великолепными гравюрами, которые служили идеальным визуальным сопровождением текста и делали всю затею еще более рискованной. Но здесь мы должны добавить еще кое-что: по мнению подавляющего большинства библиофилов, это *самая* красивая из всех когда-либо напечатанных книг. В этом может убедиться каждый из вас, если вам когда-нибудь попадет в руки экземпляр этого издания или даже хорошее факсимиле. Эта книга явно была гениальным решением, уникальным и неповторимым. И в ее создании издатель сыграл ключевую роль. Но вы не должны думать, что величие Мануция заключалось лишь в том, что он готовил сокровища для библиофилов грядущих веков. Второй имеющий к нему отношение пример движется в совершенно ином направлении: через три года после «Гипнэротомахии», в 1502 году, Мануций издал Софокла в формате, который он решил назвать *parva forma*, или «малая форма». Тот, кому сегодня посчастливится подержать его в руках, может сразу заметить, что это первая карманная книга в истории, первый *paperback*. В буквальном смысле первая книга, которую можно было положить в карман. Изобретя книгу такого формата, Мануций изменил образ или даже жесты чтения. Само чтение радикально преобразовалось. Глядя на титульный лист, можно насладиться изяществом греческого курсивного шрифта, который здесь был применен впервые и затем стал важным ориентиром. Благодаря этому Мануций сумел добиться двух противоположных результатов: с одной стороны, он создал такую книгу, как «Гипнэротомахия Полифила», которая не знала себе равных и практически стала архетипом уникальной книги. С другой стороны, он создал совершенно иную книгу, издание Софокла, которую, напротив, копировали миллионы и миллионы раз повсеместно и копируют и по сей день.

Я больше не буду говорить об Альде Мануции, потому что я уже вижу, как в вашем уме вырисовывается вопрос, который можно сформулировать так: ну хорошо, все это захваты-

вает и относится к славным временам итальянского Возрождения, но как это связано с нами и с сегодняшними издателями, на которых обрушивается все возрастающая волна планшетов, электронных книг и DVD, не говоря уже о разнородных кровосмесительных соединениях между всеми этими устройствами? Если у вас хватит терпения и вы уделите мне еще несколько мгновений, я попытаюсь дать ответ на этот вопрос, опираясь на другие примеры. Действительно, если бы я без обиняков сказал вам, что, по моему мнению, хороший издатель в наши дни должен просто стараться делать то, что делал Мануций в Венеции в первый год шестнадцатого столетия, вы могли бы подумать, что я шучу – а я вовсе не шучу. Поэтому я расскажу вам об издателе уже двадцатого века, чтобы показать, что он действовал точно так же, хотя и в совершенно иных условиях. Его звали Курт Вольф. Этот немец был молод, элегантен и богат, хотя и не слишком. Он хотел издавать новых писателей, создающих литературу высокого качества. Поэтому он придумал для них серию коротких книг необычного формата под названием *Der Jüngste Tag, Судный день*, которое, как кажется сегодня, прекрасно подходило для серии книг, выходивших в Германии, по большей части во время Первой мировой войны. Если вы взглянете на эти тонкие, строгие книги черного цвета с наклеенными сверху ярлыками, как на школьных тетрадях, возможно, вы подумаете: «Именно так нужно издавать книгу Кафки». И, действительно, некоторые рассказы Кафки были изданы в этой серии. В их числе – «Превращение», вышедшее в 1915 году с красивым голубым ярлыком и черной рамкой. В те годы Кафка был молодым писателем, малоизвестным и чрезвычайно скромным. Однако, читая письма, которые писал ему Курт Вольф, вы сразу же заметите по утонченному такту и осторожной заботе, что издатель просто *знал*, с кем он переписывался.

Кроме того, Кафка не был единственным молодым писателем, которого издал Курт Вольф. В 1917 году, ставшем для издательского дела годом потрясений, Курт Вольф собрал в альманахе под названием *Vom Jüngsten Tag* тексты молодых авторов. Вот этот альманах и вот некоторые авторы: Франц Блей, Альберт Эренштейн, Георг Гейм, Франц Кафка, Эльза Ласкер-Шюлер, Карл Штернхейм, Георг Тракль, Роберт Вальзер. Это имена молодых писателей, которые в тот год оказались объединены под сенью одного и того же молодого издателя. И эти же имена, все без исключения, входят в список ключевых авторов, которых должен прочитать молодой человек, если он хочет знать что-то о немецкоязычной литературе первых лет двадцатого столетия.

Здесь мой довод должен стать довольно ясным. Деятельность Альда Мануция ничем существенно не отличалась от деятельности Курта Вольфа четыреста лет спустя. На самом деле, они практиковали одно и то же *издательское искусство*, хотя это искусство может оставаться незамеченным для большинства, в том числе и для издателей. И это искусство можно оценивать в обоих случаях на основании одних и тех же критериев, первым и последним из которых является *форма*: способность придать форму множеству книг, как если бы они были главами одной единственной книги. При этом страстно и навязчиво заботясь об облачении каждого тома, о том, в каком виде он предстает. И, наконец, о том – что, конечно, тоже немаловажно, – как продать эту книгу как можно большему числу читателей.

Примерно пятьдесят лет назад Клод Леви-Стросс предложил считать один из основных видов деятельности человеческого рода – а именно создание мифов – особой формой бриколажа. В конце концов, мифы выстраиваются из уже готовых элементов, многие из которых происходят из других мифов. Здесь я позволю себе предложить считать формой бриколажа и издательское искусство. Попытайтесь представить издательство как единый текст, сложенный не только из суммы всех изданных им книг, но и из всех прочих составляющих его элементов, таких как обложки, клапаны, реклама, количество проданных и отпечатанных экземпляров или различные издания одного и того же текста. Представьте издательство в таком виде и вы окажетесь погружены в очень своеобразный пейзаж, во что-то такое, что вы смо-

жете считать литературным произведением, относящимся к специфическому жанру. Жанру, который может похвастать собственными современными классиками: например, обширные владения Gallimard раскинулись от сумрачных лесов и болот *Série Noire* до плоскогорий *Pléiade*, охватывая и различные миловидные провинциальные города или туристические поселения, порой похожие на потемкинские деревни, в данном случае возведенные не к приезду Екатерины, а к сезону литературных премий. И мы прекрасно знаем, что, когда издательству удается так расшириться, оно может обрести несколько имперский вид. Так, имя Gallimard звучит в самых отдаленных уголках, куда проник французский язык. С другой стороны, мы можем оказаться в обширных поместьях Insel Verlag, которые словно принадлежали в течение долгого времени просвещенному феодалу, передавшему свое имущество самым преданным и испытанным управляющим… Я не хочу продолжать далее, вы уже видите, что так можно разработать очень подробные карты.

Если рассматривать издательства в этом ключе, возможно, станет яснее одна из самых загадочных сторон нашего ремесла: почему издатель отказывается от той или иной книги? Потому что он осознает, что издать ее – значит ввести в роман неправильный персонаж, фигуру, которая могла бы внести путаницу в содержание или исказить его. Другая сторона касается денег и экземпляров: если следовать этой линии, придется учитывать мысль о том, что умение подтолкнуть к прочтению (или хотя бы к *покупке*) определенных книг – это ключевая составляющая качества издательства. Для издателя рынок – или отношения с тем незнакомым загадочным существом, которое называют *публикой,* – это первая ордалия в средневековом значении этого понятия: испытание огнем, который может просто спалить значительное количество банкнот. Поэтому издательское дело можно было бы определить как мультимедийный, смешанный литературный жанр. А смешанным оно, без сомнения, является. Что же до его сплетения с другими СМИ, то это уже очевидный факт. Тем не менее издательское дело, понимаемое как игра, по сути, остается все той же старой игрой, в которую играл Альд Мануций. И новый автор, который приходит к нам с заумной книгой, для нас очень похож на все еще безвестного автора романа под названием «Гипнэротомахия Полифила». Пока будет продолжаться эта игра, я уверен, что всегда найдется кто-то готовый отдаваться ей со страстью. Но, если однажды правила радикально изменятся, как нас иногда заставляют опасаться, я точно так же уверен, что мы сумеем обратиться к какой-нибудь другой деятельности – и даже оказаться перед столом, где играют в рулетку, *экарте* или блэкджек.

Я хотел бы завершить последним вопросом и последним парадоксом. До каких пределов может дойти издательское искусство? Возможно ли представить его в обстоятельствах, когда исчезнут некоторые из ключевых условий, такие как деньги и рынок? Ответ, как ни удивительно, положительный. По крайней мере, если мы рассмотрим один пример из России. В самый разгар Октябрьской революции, в те дни, когда, по словам Александра Блока, царило «смешанное чувство России: тоска, ужас, покаяние, надежда», когда типографии были закрыты на неопределенный срок, а инфляция ежечасно увеличивала цены, группа писателей, среди которых были поэт Ходасевич, мыслитель Бердяев и романист Михаил Осоргин, впоследствии ставший хроникером этих событий, решились на дело, на первый взгляд, безумное – открыть «Книжную лавку писателей», которая позволила бы книгам и, прежде всего, определенным книгам *оставаться в обращении*. Вскоре «Книжная лавка писателей» стала, по словам Осоргина, «единственным книжным магазином в Москве и во всей России, где любой человек мог купить книгу “без разрешения”».

Осоргин и его друзья хотели создать маленькое издательство. Но обстоятельства делали эту затею неосуществимой. Тогда они использовали «Книжную лавку писателей» как своего рода двойник издательства. Не как место, где создавались новые книги, а как место, где пытались приютить и обеспечить обращение множества книг – порой ценных,

порой обычных, зачастую отдельных томов, которым в любом случае было суждено быть утраченными и которые шквал истории прибивал к прилавку их магазина. Важно было продолжать совершать ряд жестов: продолжать работать с этими прямоугольными предметами из бумаги, листать их, приводить в порядок, говорить о них, читать их в промежутках между делами, наконец, передавать их другим людям. Важно было установить и поддерживать порядок, форму, сведенную к своему минимальному, неотъемлемому определению, – в этом и заключается издательское искусство. Именно так им и занимались в Москве с 1918 по 1922 год в «Книжной лавке писателей». Акме своей благородной истории «Лавка» достигла, когда основатели решили, что, поскольку типографское издание недоступно, нужно начать публикацию серии произведений в единственном, написанном от руки экземпляре. Полный каталог этих в буквальном смысле уникальных книг остался в доме Осоргина в Москве и в конце концов был утрачен. Но, при всей своей призрачности, он остается моделью и полярной звездой для всех тех, кто пытается заниматься издательским делом в трудные времена. А времена всегда трудны.

# 2. Уникальные книги

Сначала говорили об *уникальных книгах*. Adelphi еще не нашло своего имени. Было лишь немного надежных вводных: критическое издание Ницше, которого одного хватало для того, чтобы задать ориентир всему остальному. Ну и серия *Классики*, исходившая из довольно амбициозных критериев: делать хорошо то, что раньше делалось не столь хорошо, и впервые сделать то, на что раньше не обращали внимания. Их, как и Ницше, должен был напечатать Мардерштейг. Тогда нам это казалось нормальным, почти что необходимым. Сегодня это было бы неприемлемо (удесятеренные издержки и т. д.). Нам нравилось, что эти книги были доверены последнему из великих типографов. Но еще больше нам нравилось, что этот мастер печатного станка долгое время работал с Куртом Вольфом, издателем Кафки.

Для Базлена, обладавшего такой проворностью ума, какой я ни у кого больше не встречал, критическое издание Ницше выглядело почти что справедливой очевидностью. С чего еще начинать? Тогда в Италии все еще доминировала культура, в которой эпитет *иррациональный* означал самое строгое осуждение. А основоположником всего *иррационального* мог быть только Ницше. В остальном под этикеткой этого несообразного слова, бесполезного для мысли, можно было найти все что угодно. Можно было найти и много важных книг. У которых зачастую не было доступа к издателям в Италии, в том числе и в первую очередь из-за этого позорного ярлыка.

В литературе *иррациональное* любили соединять с *декадентским*, еще одним безжалостным и уничижительным термином. Не только определенные авторы, но и определенные жанры оказывались обреченными в принципе. Несколько десятилетий спустя это может вызывать улыбку и порождать недоверие, но люди с хорошей памятью вспомнят, что и «фантастическое» считалось подозрительным и мутным. Уже из этого понятно, что мысль о том, чтобы выпустить под первым номером серии *Библиотека Adelphi* роман Кубина «Другая сторона», химически чистый пример фантастического, могла звучать провокационно. Тем более провокационно, если по соседству с ним, под номером 3 в серии, был издан фантастический роман «Рукопись, найденная в Сарагосе» Яна Потоцкого (и не важно, что в этом случае речь шла о книге, которую, если учесть дату написания, можно было бы считать классикой).

Когда Базлен в первый раз заговорил со мной о том новом издательстве, которое затем стало Adelphi, – я могу назвать день и место, потому что это был мой двадцать первый день рождения: в мае 1962 года, на вилле Эрнста Бернхарда в Браччано, где Базлен и Люба Блюменталь гостили несколько дней, – он, разумеется, сразу же намекнул на критическое издание Ницше и на будущую серию *Классиков*. И то и другое вызывало у него радость. Но больше всего его заботили другие книги, которые будет издавать новое издательство: некоторые из них Базлен открыл уже много лет назад, но так и не сумел *протащить* через различных итальянских издателей, с которыми сотрудничал, от Бомпьяни до Эйнауди. О чем шла речь? Строго говоря, речь могла идти о чем угодно. О тибетском классике (Миларепа), или о неизвестном английском авторе одной-единственной книги (Кристофер Берни), или о самом популярном введении в этологию, новую тогда научную дисциплину («Кольцо царя Соломона»), или о некоторых трактатах о театре Но, написанных в четырнадцатом-пятнадцатом веках. Вот некоторые из первых *книг для публикации*, которые мне называл Базлен. Что их объединяло? Это было не очень ясно. Именно тогда Базлен, желая выразиться яснее, стал говорить об *уникальных книгах*.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.