

ԳՐԱԿԱՆԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

ՏԱՐՈՆ ԴԱՆԻԵԼՅԱՆ

ԳՐՔԻ ԳՈՎԱԶԴԸ ԹԻՖԼԻՍԱԶԱՅ ՊԱՐԲԵՐԱԿԱՆ ՄԱՍՈՒԼՈՒՄ (1846-1865 թթ.)

*Բանալի բառեր – «Կովկաս», «Կռունկ Հայոց աշխարհին», «Մեղու Հայաստանի»,
Էնֆիաճյանների գրավաճառանոց, գրահրատարակչություն, գովազդ*

Գովազդի զարգացման պատմությունն ուսումնասիրողները նշում են, որ տպագիր գովազդի սկզբնավորումից ի վեր՝ գրահրատարակչական արտադրանքի գովազդային հաղորդումները, մասնավորապես գրքային նորույթների մասին ծանուցումները շուրջ մեկ դար «առաջատար դիրք էին զբաղեցնում առևտրային տեղեկատվության ընդհանուր համակարգում»¹: Գրահրատարակչությունը նպաստավոր հող ստեղծեց գովազդի տեսակների ու ժանրերի զարգացման համար և «խթանեց լրագրային ու ամսագրային գովազդի զարգացումը»²: Պարբերական մամուլն իր հերթին նոր հնարավորություն ընձեռեց գրահրատարակչությամբ զբաղվող ձեռներեցներին ու հեղինակներին իրենց ապրանքի գովազդի համար և գրքի շուկայում դարձավ տեղեկացման ամենաարագ և արդյունավետ միջոցը:

Պարբերական մամուլում թիֆլիսահայ գրքի գովազդն ունի զարգացման որոշ առանձնահատկություններ, որոնք պայմանավորված են քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական, մշակութային գործոններով: Մեր ուսումնասիրությունն ընդգրկում է 1846-1865 թթ. ժամանակահատվածը, որը կարելի է անվանել սկզբնավորման շրջափուլ: Դրա մեկնարկ է համարվում թիֆլիսահայ առաջին պարբերականի «Կովկաս»-ի հրատարակման տարեթիվը, իսկ ավարտը պայմանավորում ենք 1865 թ. ապրիլի 6-ին «Գրաքննության և մամուլի մասին ժամանակավոր կանոններ»-ում կատարված բազմաթիվ փոփոխություններով, որոնցով որոշակի ազատություններ տրվեցին գրահրատարակչական գործունեությամբ զբաղվողներին, ավելացան ու փոխվեցին գրքի արտադրության և տարածման ձևերը, որոնց շնորհիվ ձևափոխվեց նաև գրքի գովազդի համակարգը:

Դեռևս 1820-ական թվականներին արքեպիսկոպոս Ներսես Աշտարակեցին մտադրություն ուներ հրատարակել գիտական եռամսյա պարբերական՝

¹ Ст' у Ученова В., Старых Н., История рекламы, СПб., 2003, с. 101.

² Передний Д., Реклама книги: модификация и тенденции развития, дисс. канд. фил. наук., М., 2005, с. 39.

«Տարեգրությունն հայոց գրագիտական» վերնագրով, որտեղ պետք է տպագրվեին «յայտարարությունք նորանոր գրեանց՝ որ տպագրեալ լինին յորևից տեղի աշխարհի, հանդերձ մարդավարական քննութեամբ, գովասանական և քաջալերական ճառաբանութեամբ, նաև ծանուցումն անուանց գիտնական արանց հայոց յոր քաղաք կամ գիւղ և գտանիցեն»¹:

Ակնհայտ է, որ պարբերականի հիմնադրման ծրագրում հաշվի էին առնվել հայ և օտարալեզու այլ պարբերականների ավանդույթները, այն է՝ տեղեկություններ հաղորդել նորատիպ գրքերի, դրանց արժեքի, հրատարակության և վաճառքի վայրի մասին, քննել ստեղծագործությունների բովանդակությունը, գնահատել հրատարակչական աշխատանքը և այլն: Տվյալ ժամանակաշրջանում պարբերական մամուլի գլխավոր առաքելությունը համարվում էր ընթերցանության քարոզչությունը և լուսավորության տարածումը: Սակայն Ներսես արքեպիսկոպոսի մտադրությունը մի շարք պատճառներով կյանքի չկոչվեց: Թիֆլիսահայ պարբերական մամուլի առաջնեկ «Կովկաս»-ը հրատարակվեց 1846 թ.: Հենց այս շաբաթաթերթում սկսեցին տպագրվել գրքերի հայալեզու գովազդային հաղորդումները:

Թիֆլիսահայ առաջին պարբերականների խմբագիրները փորձում էին հետևել գրքի գովազդման ընդունված ավանդույթներին, սակայն մատենագիտական տեսության և հայտարարությունների բաժիններում գրքերի մասին տպագրվող հաղորդումների ձևերը երբեմն միմյանցից չէին տարբերվում, քանի որ տեղեկատվությունը համակարգված չէր. առևտրային հաղորդումները և գրախոսությունները հաճախ ունենում էին նույն կառուցվածքը, շարադրման նույն ոճը ու կարող էին տպագրվել տարբեր ենթավերնագրերի և խորագրերի ներքո: Օրինակ՝ «Կովկաս» շաբաթաթերթը (1846-1847) «Քերականութիւն հայկական լեզուի» աշխատության մասին ազդը տպագրում է «Նորատիպ մատենք» ենթավերնագրի տակ², նույն հաղորդագրությունը թերթի հաջորդ համարներից մեկում տպագրվում է առանց ենթավերնագրի՝ նախորդ տեքստից բաժանված զարդանշանով³, իսկ մի շարք այլ դեպքերում գրքերի գովազդները ներկայացվում են «Հայտարարութիւնք» բաժնում⁴: «Մեղու Հայաստանի» թերթը (1858-1886) գրքերի մասին գովազդային հաղորդագրությունները տպագրում էր «Յայտարարութիւնք»⁵ կամ «Մատենագրական տեղեկութիւնք»⁶ բաժիններում, իսկ, օրինակ, Էնֆիաձյանների գրավաճառանոցի «Գրեանց ցուցակը» ներկայացնում էր առանց որևէ խորագրի⁷: «Կռունկ Հայոց

¹ Երիցեան Ա. Դ., Պատմութիւն 75-ամեայ գոյութեան Ներսիսեան հայոց հոգևոր դպրոցի, որ ՚ի Թիֆլիզ (1824-1899 թ.), հ. Ա. (1824-1850 թ.), վեց պատկերով, Թիֆլիզ, 1898, էջ 132:

² Տե՛ս «Կովկաս», 1847, թիվ 1:

³ Տե՛ս նույն տեղում, 1847, թիվ 4:

⁴ Տե՛ս նույն տեղում, 1847, թիվ 36:

⁵ Տե՛ս «Մեղու Հայաստանի», 1858, թիվ 47:

⁶ Տե՛ս նույն տեղում, 1861, թիվ 37:

⁷ Տե՛ս նույն տեղում, 1858, թիվ 33:

աշխարհին» հանդեսը (1860-1864) նոր գրքերը ներկայացնում էր «Նորատիպ գրեանք»¹, «Նորատիպ մատեան»² բաժիններում, իսկ օրացույցները և ինքնագովազդները՝ հայտարարությունների³: Արձանագրենք նաև, որ սակավաթիվ դեպքերում հայտարարությունների բաժնում տպագրվում էին հրատարակված գրքերում նկատված սխալների և անճշտությունների ուղղումները⁴:

Չնայած ուսումնասիրվող ժամանակաշրջանում գրքի գովազդի ներկայացման ձևը և տեղը անկանոն դրսևորումներ ունեին, այնուամենայնիվ ակնհայտ է, որ հայ հրատարակիչները և խմբագիրները գրքի գովազդը հիմնականում առանձնացնում էին այլ ապրանքների կամ ծառայությունների գովազդներից, ինչը պայմանավորված էր հրատարակիչների և խմբագիրների՝ գրքի և ընթերցանության նկատմամբ հատուկ դիրքորոշմամբ. նրանց համար «հանրային օգուտը և անձնական շահը եղել են անբաժանելի հասկացություններ»⁵:

Պատահական չէ, որ 1861 թ. «Մեղու Հայաստանի» թերթի խմբագիր Ստեփանոս քահանա Մանդինյանը հայտարարեց, որ հաջորդ տարվանից պատրաստվում է առանձին բաժնով տեղեկություն հրատարակել «ազգի միջումը բոլոր նորատիպ գրեանց մասին (Библиография)՝ ավելացնելով իրա համառոտ ծանոթութիւնը»⁶, և այդ նպատակով դիմել է տպարանների վերատեսուչներին և նորատիպ մատյանների հեղինակներին՝ մեկական օրինակ հատկացնելու կամ համառոտ տեղեկություն տալու՝ նշելով գրքի անունը, հատորների թիվը, տպագրության ժամանակը, հեղինակի, թարգմանչի կամ հրատարակչի անունը և ազգատոհմը: Այդուհանդերձ, չնայած Ստ. քահանա Մանդինյանցի այդ նպատակը չի իրագործվում, և 1862 թ. նրա խմբագրած թերթում մատենագիտական բնույթի գովազդ տպագրվում է ընդամենը երեք անգամ, այնուամենայնիվ փաստ է, որ խմբագիրը գրքի գովազդի տպագրման հարցում շահադիտական նպատակ չի հետապնդել: Նշենք, որ գրքերի գովազդային հաղորդագրությունների գերակշռող մասը տպագրվում էր անվճար. հեղինակներից պարզապես պահանջվում էր գրքի մեկ կամ մի քանի օրինակ նվիրել խմբագրությանը:

Բացի այդ՝ ուսումնասիրվող ժամանակաշրջանում Թիֆլիսում լրագիր կամ հանդես հրատարակելու համար տպարանի ընտրության մեծ հնարավորություն չկար: Եթե թերթի հիմնադիրը չուներ իր սեփական տպարանը, ապա նա փոխանակման կարգով իր էջերը տրամադրում էր տպարանատերերի հայտարարություններին: Փոխանակման կարգով էին տպագրվում նաև գրա-

¹ Տե՛ս «Կռունկ հայոց աշխարհին», 1860, թիվ 4:

² Տե՛ս նույն տեղում, 1861, թիվ 2:

³ Տե՛ս նույն տեղում, 1860, թիվ 11:

⁴ Տե՛ս «Մեղու Հայաստանի», 1860, թիվ 33:

⁵ **Куприянова Т.**, Предпринимательство в книжном деле: историография, история, тенденция развития, М., 2012, с. 19.

⁶ Հայտարարութիւն // «Մեղու Հայաստանի», 1861, թիվ 37:

վաճառների հայտարարությունները, քանի որ նրանք զբաղվում էին պարբերականի բաժանորդագրության գործով, իսկ հետագայում՝ նաև վաճառքով: Բնականաբար, եթե պարբերականի հիմնադիրը նաև տպարանատերն էր կամ գրավաճառատան սեփականատերը, ապա նա անձնական շահագրգռվածություն ուներ առաջինը տեղեկացնելու հանրությանը նորատիպ գրքերի մասին:

Գովազդվող գրքերի թեմատիկայում մեծ տեղ էր զբաղեցնում ուսումնական, պատմական, բանահյուսական և թարգմանական գրականությունը: Որպես կանոն, այդ գրքերը ներկայացվում էին ոչ թե նրանց սպառողական նշանակությունն ընդգծելու, այլ գեղագիտական, կրթական, դաստիարակչական առավելությունները շեշտելու, հասարակությանը լուսավորելու և ընթերցանությունը տարածելու նպատակով:

Ըստ առաջարկի տեսակի՝ գրքերի գովազդները կարող ենք բաժանել հետևյալ խմբերի.

ա) **Գրքերի մեծաքանակ վաճառք.** այս դեպքում գիրքը ներկայացվում է որպես ապրանք, որի իրացման համար համագործակցության առաջարկ է արվում գրքի վաճառքով զբաղվող և շահագրգիռ անձանց: Որպես կանոն, մանրամասն նշվում են գործարքի պայմանները: Օրինակ՝ «Այբբենական հայերէն լեզուի» հրատարակության գովազդում նշված է. «Մէկ մէկ գնողի համար գինն է 20 կոպ., իսկ տասը օրինակից աւելի գնողի համար գինն է 15 կոպ.»¹:

բ) **Գրքերի մանրածախ վաճառք.** այս խմբի գովազդային հաղորդագրություններում սովորաբար չեն նշվում կոնկրետ հասցեատերերն ու թիրախային լսարանը, այլ շեշտը դրվում է հիմնականում վաճառքի վայրի և պայմանների վրա: Օրինակ՝

«Գ. Երեցփոխեսանցի Ռուսերէնից Հայերէն բառարանը, որ տպած է 1854 թուին լաւ սպիտակ թղթի վրա և պարունակում է մինչև 50 հազար Ռուսաց գործածական բառ Հայերէն ճիշդ նշանակութեամբ կը ծախուի մի միայն Թիֆլիզումը հեղինակի սեպհական տանը: Թղթակազմի գինն է 3 ման. 40 կոպ, իսկ լաւ կազմածինը 3 ման. 70 կոպ.»²:

Թե՛ մանրածախ և թե՛ մեծածախ վաճառքի դեպքում շատ հաճախ գովազդային հաղորդագրություններում նշվում էին նաև առաքման ծառայության պայմանները:

գ) **Գրքի բարեգործական վաճառք.** գրահրատարակչական գործերը տպագրվել են նաև բարեգործական նպատակներով. վաճառված գրքերի հասույթը կամ դրա մի մասը տրամադրվել է այս կամ այն գաղափարի իրականացման, մարդկանց սոցիալական, բժշկական օգնություն ցուցաբերելու համար: Օրինակ՝

«Մեր բանասէր կարդացողներին յայտնենք մի հետաքրքրական նոր լուր,

¹ «Մեղու Հայաստանի», 1861, թիվ 37:

² Նույն տեղում, 1860, թիվ 1:

այս օրերումս տպարանի մամուլի տակից դուրս եկաւ Թիֆլիզումն ֆրանցուզերէնից թարգմանած Ռուսերէն լեզուով Տիկին Գրանսէի շարադրութիւնը, որ կոչուումէ Շամիլի գերի կանայք (Пленницы Шамиля)... <> Գրքի գինն է մի մանէթ, թէ Թիֆլիզումը և թէ ուրիշ տեղեր դրկելով, փողի չորրորդ մասն՝ որ կը հավաքուի այս գրքի ծախելուցը թարգմանիչը ընծայումէ Շամիլի գերեաց ազատելու համար: Յանկացողքն կարող են ստանալ Պ. Ավետիք Էնֆիաճեանցի գրքատանիցը, որ է Գաբրիէլ Թամամշեանցի քարվանսարայի վերնայարկումն ի Թիֆլիզ»¹:

Ուսումնասիրվող շրջափուլում թիֆլիսահայ պարբերական մամուլում ձևավորվեց նաև գրքերի գովազդի ժանրային համակարգը՝ ազդ (հայտարարություն), գրացուցակ, ծանուցում, գրախոսություն, տեսություն: Նշված առաջին երկու ժանրերը հատուկ էին նաև այլ տեսակի ապրանքների կամ ծառայությունների գովազդային տեքստերի կառուցվածքային ու բովանդակային հատկանիշներին, և պարբերական մամուլում հայտնվելուց առաջ դրանք արդեն հաստատվել էին գովազդային հաղորդակցական համակարգի այլ տիրույթներում:

Մյուս երեք ժանրերը առավելապես հատուկ էին գրահրատարակչական որոշ տեսակի ապրանքների գովազդային հաղորդագրություններին²:

Ի դեպ, մինչև 1865 թ. թիֆլիսահայ պարբերական մամուլում ոչ պարբերաբար տպագրվող և սակավաթիվ գովազդային հաղորդագրությունների գերակշիռ մասը գրահրատարակչական արտադրանքն էր՝ գրքեր, օրացույցներ, լրագրեր, հանդեսներ և այլն: Ներկայացվում էր ոչ միայն հայալեզու, այլև ռուսաց և վրաց լեզուներով վաճառվող գրականությունը: Ընդ որում շաբաթաթերթի ձևաչափով հրատարակվող պարբերականներում առավել հաճախ գովազդվում էին գրքերը, իսկ ամսագրերում՝ լրագրերն ու հանդեսները:

Պատկերն այլ էր Թիֆլիսում լույս տեսնող վրացերեն և ռուսերեն պարբերականների էջերում:

Նշված ժամանակահատվածում Թիֆլիսում տպագրվել է վրացական երեք հանդես.

1. „ՅՕՅՅԵՐՕ“ («Յիսկարի»՝ «Լուսաբաց», 1852-1853, 1857-1875) գրական-գեղարվեստական հանդեսը, որն ակտիվացրեց վրաց ընթերցողին, իսկ նրա առաջին խմբագիրը՝ Գ. Էրիսթավին «վեր հանեց վրաց գրականության հին ու նոր նմուշները՝ հասանելի դարձնելով զանգվածային ընթերցանության համար մինչ այդ փակված գանձերը»³: «Յիսկարի»-ի էջերում հազվադեպ տպագրվում էին միայն մատենագիտական հայտարարություններ:

¹ «Մեղու Հայաստանի», 1858, թիվ 47:

² Գրահրատարակչական արտադրանքի գովազդի ժանրային համակարգը առանձին ուսումնասիրության կարիք ունի:

³ **Տարիձե Ն.**, Վրաց լրագրության պատմություն, հ. 1, Թբիլիսի, 2012, էջ 323 (վրաց., թարգմ.՝ Ռ. Մարգարյանի):

2. „გუთნის დედა“ («Գութնիս դեդա»՝ «Երկրագործ», 1861-1876) գյուղատնտեսական հանդեսը, որը «Ցիսկարի»-ի բաժանորդներին տրվում էր տարեկան 1 ռուբ., իսկ մյուսներին՝ 3 ռուբ. բաժանորդագնով¹: Հանդեսում ոչ պարբերաբար տպագրվում էին միայն գյուղատնտեսական թեմատիկային վերաբերող և վարչական հայտարարություններ (օր.՝ աճուրդ², հողերի վաճառք³, Լոնդոնի ագրարային ցուցահանդեսի մասնակցության հրավեր⁴) և պարբերականների բաժանորդագրման պայմաններ⁵:

3. „საქართველოს მოამბე“ («Սակարթվելոս մոամբե»՝ «Վրաստանի լրագրեր», 1863) գրական հանդեսը, որտեղ, ըստ հաստատված ծրագրի, հայտարարությունների բաժին չկար, սակայն հրատարակվում էին նոր գրքերի մատենագիտությունը և քննադատական հոդվածներ:

Ռուսերեն հրատարակվող պաշտոնական պարբերականներում՝ «Закавказский вестник» (1838-1855) և «Кавказ» (1846-1918), գերակշռում էին պաշտոնական հայտարարությունները, ապրանքների վաճառքի, բազմատեսակ ծառայությունների մասին առևտրային հաղորդումները, ինչպես նաև մասնավոր հայտարարությունները, իսկ գրահրատարակչական արտադրանքի գովազդը կազմում էր տպագրած գովազդների և հայտարարությունների ընդհանուր թվի գրեթե մեկ հինգերորդը: Սակայն այդ քանակը գերազանցում էր թե՛ վրացական և թե՛ հայկական պարբերականներում տպագրված մատենագիտական հայտարարությունների թիվը: Ավելին, այս երկու պարբերականը գրքի և ընթերցանության քարոզչության, նոր հեղինակների բացահայտման առումով պակաս կարևոր դեր չեն ունեցել: Գրական նոր մշակույթի ձևավորող են եղել հատկապես «Кавказ» թերթի տարբեր տարիներին տպագրած հավելվածները.

1) «Сборник газеты “Кавказ”» (1846-1849) ժողովածուն, որը համարվում է Վրաստանում ռուսական ամսագրի նախակարապետը ու «գրական նոր միտումների կրողը»⁶:

2) «Зурна» (1855)-ն՝ Անդրկովկասի առաջին ավանախը, որը նախատեսված էր լույս ընծայել տարեկան մեկ անգամ⁷: Խմբագրությունը անվանակոչությունը պատճառաբանում էր այն հանգամանքով, որ թե՛ «գուռնան» և թե՛ ավանախը Ասիայի զավակներն են, և ինչպես ասիական «գուռնայից» չի կարելի սպասել երաժշտական ամբողջական ներդաշնակություն, այնպես էլ

¹ Տե՛ս **И. С.**, Сельско-хозяйственная хроника // «Кавказ», 1862, № 3:

² „გუთნის დედა“, 1861, № 1.

³ Տե՛ս նույն տեղում, 1862, թիվ 21:

⁴ Տե՛ս նույն տեղում, 1862, թիվ 1:

⁵ Տե՛ս նույն տեղում, 1863, թիվ 24:

⁶ **Канделаки Д.**, Из истории русской периодической печати в Грузии (Литературные приложения к газете «Кавказ» 1846-1867), автореферат канд. фил. наук, ТГУ, 1975, с. 4.

⁷ Ավանախի առաջին համարը ոգևորությամբ է ընդունվում, սակայն խմբագիր Ե. Վերդերևսկու թիֆլիսից հեռանալու պատճառով այլ համարներ այլևս լույս չեն տեսնում:

«անդրկովկասյան առաջին ավանախից պետք չէ պահանջել կատարյալ գեղարվեստական ներդաշնակություն»¹:

3) «Пешкешь» (1857) ավանախը, որն ավելի շատ գովազդային բնույթ ուներ: Ինչպես նկատում է Դ. Կանդելակին, ավանախը ոչ թե «գեղարվեստական նպատակ էր հետապնդում, այլ առևտրական, այն է՝ ավելացնել բաժանորդների թիվը՝ գայթակղելով նրանց անվճար հավելվածով»²: Ընդ որում ավանախի առաջաբանում խմբագրությունը լսարանին խնդրում է խիստ չդատել ներկայացված ստեղծագործությունները, հենց թեկուզ միայն այն պատճառով, որ նվեր տված ձիու ատամները չեն հաշվում³:

4) «Литературный листокъ» (1864) թերթը գրական ստեղծագործությունների տպագրությամբ նույնպես խթանում էր «Кавказ» թերթի բաժանորդագրությունը, քանի որ թերթի բաժանորդներին այն առաջարկվում էր կես գնով⁴: Նշենք, որ առաջին համարը որպես նվեր բոլոր բաժանորդներին ուղարկվել է անվճար՝ այդպիսով կատարելով գովազդային գործառույթ⁵:

Չնայած այս չորս հավելվածներում բուն գովազդային հաղորդագրություններ չէին տպագրվում, այնուամենայնիվ դրանք գեղարվեստական կամ գիտահանրամատչելի ստեղծագործության՝ որպես ապրանքատեսակի ներկայացման շատ կարևոր տեղեկատվական գործառույթ էին իրականացնում և միաժամանակ հանդես գալիս որպես գովազդող ու գովազդվող օբյեկտ:

Նշված ժամանակաշրջանում լույս էր տեսնում նաև Թիֆլիսի հոգևոր սեմինարիայի «Վրաստանի հոգևոր լրագրեր» հանդեսը: Յուրաքանչյուր համար տպագրվում էր վրացերեն, իսկ «Грузинский духовный вестник» հավելվածը՝ ռուսերեն: Այս հանդեսում երբեմն ներկայացվում էին մատենագիտական նորություններ, իսկ տարեվերջին տպագրվում էին համանման հանդեսների բաժանորդագրության հայտարարությունները:

Փաստորեն, Թիֆլիսի պարբերական մամուլում գովազդվող գրականության շնորհիվ սկսում է հետաքրքրություն ձևավորվել գրքի նկատմամբ: Այս ժամանակաշրջանում «մամուլը գրականության մանկաբարձուհին էր. հիմնականում պարբերականների էջերում էին կյանքի կոչվում գրական ստեղծագործությունները, ծնվում գրողների նոր անուններ»⁶: Գրքի գովազդը օգնում էր իրացնել գրահրատարակչական շուկայում ապրանքայնացվող անունները և երևան էր բերում նոր անուններ:

Այսպիսով՝ թիֆլիսահայ պարբերական մամուլում գրքի գովազդի զարգացումն ուղիղ համեմատական էր գրահրատարակչական, գրական և գի-

¹ «Зурна», 1855.

² **Канделаки Д.**, Второй литературный альманах Закавказья // Вопросы теории и истории журналистики, т. 3, Тбилиси, 1974, с. 398.

³ Տե՛ս «Пешкешь», 1857:

⁴ Տե՛ս «Кавказ», 1864, № 9:

⁵ Տե՛ս «Литературный листокъ», 1864, № 1:

⁶ **Գևորգյան Լ.**, «Մուրճ» ամսագիրը, Երևան, 1982, էջ 116:

տամանկավարժական գործի զարգացմանը: Լրագրերն ու հանդեսներն այն հարթակներն էին, որոնք գնահատում և արժևորում էին գրական ստեղծագործությունն ու գիրքը, խթանում գրահրատարակչական շուկայում դրանց իրացումը: Թիֆլիսահայ պարբերական մամուլի խմբագիրներն ի սկզբանե գրականակենտրոն քաղաքականություն էին վարում, քանի որ առաջնային էին համարում ոչ թե բուն լրագրային վարպետության կատարելագործման խնդիրը, այլ գրագիտության, կրթության տարածումն ու ընթերցանության քարոզչությունը. ստեղծատվական գործառույթից առավել կարևոր էին համարվում կրթական ու մշակութալուսավորչական գործառույթները: Գրքի գովազդային հաղորդագրությունների մեծ մասը տպագրվում էր անվճար կամ փոխանակման սկզբունքով:

Тарон Даниелян – *Реклама книги в армяноязычной периодической печати Тифлиса (1846-1865 гг.)*

Развитие книжной рекламы в армяноязычных газетах Тифлиса напрямую было связано с развитием литературной и научно-педагогической деятельности. Газеты и журналы были теми платформами, в которых признавали и оценивали литературное произведение и книги, тем самым обеспечивая их продвижение на издательском рынке. Редакторы армянских газет Тифлиса проводили литературоцентристскую политику, так как считали, что для армянской периодической печати главное не журналистская составляющая, а пропаганда чтения, распространение грамотности и образования: культурно-просветительская функция печати считалась важнее информационной функции. Большинство книжных рекламных объявлений печатались бесплатно или по бартерному принципу.

Taron Danielyan – *Advertisement of the Book in Armenian Language Periodical Press of Tiflis (1846-1865)*

The development of book advertising in Armenian-language newspapers of Tiflis was directly related to the development of literary and scientific-pedagogical work. Newspapers and magazines were the platforms which recognized and evaluated a literary work and a book, thereby ensuring their promotion in the publishing market. The editors of the Armenian newspapers of Tiflis pursued a literary-focused policy, as they thought that for the Armenian periodical press the main thing was not the journalistic component, but the promotion of reading, spread of literacy and education: the cultural and educational function of the press was considered to be more important than the informative one. Most of the advertising messages about books were printed free of charge or by exchange.

Ներկայացվել է 19.10.2018

Գրախոսվել է 17.01.2019

Ընդունվել է տպագրության 21.02.2019