

Научная статья

УДК: 655.5

doi: 10.17223/23062061/28/6

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ АРМЯНСКОЙ КНИГИ В ТИФЛИСЕ (1801–1865 гг.)

**Тарон Рудольфович Даниелян**

*Ванадзорский государственный университет, Ванадзор, Армения, t5plus@yandex.ru*

**Аннотация.** Формирование рекламы армянской книги в Тифлисе во многом идентично развитию книжной рекламы в разных губерниях Российской империи, но она имела некоторые особенности, обусловленные отсутствием армянской государственности в течение многих веков, вследствие чего приобретала более социальный характер и была нацелена на сугубо этническое культурное пространство, на которое воздействовали также мультикультурная среда Тифлиса и политика верховной власти Российской империи.

**Ключевые слова:** Аветик Энфиачян, Российская империя, Картли-Кахетинское царство, Кавказское наместничество, рекламный листок, цензура

**Для цитирования:** Даниелян Т.Р. Особенности развития рекламы армянской книги в Тифлисе (1801–1865 гг.) // Текст. Книга. Книгоиздание. 2022. № 28. С. 92–109. doi: 10.17223/23062061/28/6

Original article

## ARMENIAN BOOK ADVERTISING: PECULIARITIES OF DEVELOPMENT IN TIFLIS (1801–1865)

**Taron R. Danielyan**

*Vanadzor State University, Vanadzor, Republic of Armenia, t5plus@yandex.ru*

**Abstract.** The factors that influenced the development of Armenian advertising of books are examined in the article. Using the comparative historical and grouping methods, the author shows that the formation of Armenian book advertising in Tiflis was mainly similar to the development of book advertising in other provinces of the Russian Empire, but it had some peculiarities that were primarily due to the absence of Armenian statehood for many centuries. The decentralized Armenian publishing and bookselling structures were scattered, but their various components were integrated in the same system and influenced the formation of advertising communication, which made Armenian book advertising in Tiflis acquired more social in essence. The advertising was aimed at a purely ethnic cultural space, which was also influenced by the multicultural environment of Tiflis and the policy of the supreme power of the Russian Empire and its representation in the Caucasus in relation to the peoples of the region. The main emphasis of Armenian book advertising was placed on the educational and enlightenment functions of the book with the aim of integrating the divided people

into one cultural communication space. Thus, advertising materialized and established the spiritual needs of the people. The Armenian book market formed very slowly, which was due to the illiteracy of the population's majority, the difficulty of Old Armenian in which most of the books were published, the slow formation of Eastern Armenian literary language from various dialects, the fiction's slow pace of development, the lack of good-quality translations of European literature, and the high cost of books. In the first half of the 19th century, the system of book advertising in Tiflis was institutionalised, which was due to the formation of publishing and bookselling markets as well as the types and ways of communication. The publishing sponsorship and the buying of books became a type of book advertising, and book advertising itself became a means of personal advertisement that aimed to popularize the personality and social status of the patron. The tradition of patronage contributed to sales of books because charitable investments were compensated with awards or by raising the social status of sponsors: the book was not only an item for advertising but also a means to advertise various individuals. If, until the 19th century, the patronage of the publication and distribution of Armenian manuscripts or books was based on a personal motive, and patriotism was expressed in the monumental preservation of the name of the book sponsor or orderer in the historical memory of the people, in the 19th century, under the tsarist regime, sponsorship had more pragmatic goals.

**Keywords:** Avetik Enfiayjan, Russian Empire, Kingdom of Kartli-Kakheti, Caucasus Viceroyalty, catalog, leaflet, periodicals, censorship

**For citation:** Danielyan, T.R. (2022) Armenian book advertising: Peculiarities of development in Tiflis (1801–1865). *Tekst. Kniga. Knigoizdanie – Text. Book. Publishing*. 28. pp. 92–109. (In Russian). doi: 10.17223/23062061/28/6

Реклама книги в Российской империи была объектом исследования разных ученых. В их работах анализировались история развития книжной рекламы, жанровые особенности и виды, внутренние и внешние формы, стилистические и языковые особенности рекламирования книг (В.В. Ученнова, А.М. Чеботарев, А.Г. Лешуков, А.А. Миронова, Е.Ю. Гордеева, Д.М. Передний).

Для нашего исследования особый интерес представляют работы, посвященные изучению развития книжной рекламы в разных губерниях Российской империи, так как «локальный подход помогает более тщательно подойти к подбору и анализу источников, дает надежную их интерпретацию» [1. С. 110].

Эволюция рекламной деятельности в губерниях является следствием развития типографской сферы, которая стимулировала рост книжной торговли: реклама стала необходимым средством распространения и реализации издательской продукции [2. С. 91]. Анализ формирования книготорговли и сети библиотек в российских губерниях в первой половине XIX в. позволяет выявить формы нестационарной книжной торговли: мелкорозничная частная продажа книг наряду с предметами бытового назначения, ярмарочная торговля, промысел офеней [3. С. 119]. Отмеча-

ется также, что источниками распространения книг в большинстве случаев были местные купцы, которые имели личные библиотеки [4. С. 68]. Фактически на данном этапе реклама книг в основном осуществлялась посредством межличностных контактов.

Развитие книжной рекламы было обусловлено также уровнем образовательной системы [5. С. 114], наличием научно-литературного творческого потенциала [6. С. 95–96] и деятельностью редакций газет и журналов [7. С. 40], издававшихся на территории конкретной области.

Из истории развития книжной рекламы видно, что она может быть коммерческой де-юре, но социальной де-факто – по роду своего воздействия и по тем социальным проблемам, которые она затрагивает [8. С. 115].

Несмотря на то что тенденции формирования книжной рекламы в разных губерниях Российской империи во многом идентичны и разница выражается лишь в хронологических рамках данного процесса, тем не менее реклама армянских книг в Тифлисе имеет некоторые особенности развития, что было обусловлено следующими факторами: 1) армянская книгоиздательская деятельность зародилась и развивалась не на территории исторических областей Армении, а в разных городах Европы и Азии вплоть до конца 1771 г., когда при Эчмиадзинском монастыре открылась местная типография; 2) армянская культура в условиях отсутствия государственности в основном развивалась под влиянием разных доминирующих культур, что стало причиной гетерогенности развития армянской издательской деятельности. В этом отношении особое место занимали Венеция, где в 1512 г. зародилось армянское книгопечатание, столица Османской империи Константинополь и столица грузинского царства Тифлис, который с 1801 г. стал центром Кавказского края, а с 1846 г. – Кавказского наместничества Российской империи. Именно многонациональный Тифлис был главным очагом восточноармянской культуры.

К XIX в. в Тифлисе была сформирована такая коммуникационная система создания, обработки и распространения информации, которая, будучи во многом схожей с аналогичными системами зарубежных стран, все же развивалась медленно и нестабильно, что было связано с внутренними и внешними политическими процессами. Издательская сфера напрямую испытала прямое воздействие этих процессов, но в то же время сама влияла на метаморфизм политической, социальной и культурной жизни Грузии.

До основания первой тифлисской типографии картлийским царем Вахтангом VI в 1708 г. в Грузии в наличии были лишь рукописи и книги, которые печатались в разных странах. Исследователи истории грузинской

книги отмечают, что рукописные книги, несмотря на высокую цену, были очень востребованы. Их покупали для царского двора, церковных и семейных библиотек. Очень часто книги приобретали на зарубежных рынках, освобождая их из своеобразного «плена» и возвращая на родину [9. С. 195]:

Картли-Кахетинский царь Ираклий II наряду с экономическими реформами большое внимание уделял образовательной сфере и изданию качественных книг [10. С. 58]. Благодаря его масштабным реформам в 1782 г. в Тифлисе возродилась первая грузинская типография при непосредственном участии приглашенного из Константинополя опытного специалиста в области книгоиздания Погоса Арабяна (Ованнисяна) [11. С. 118], который принял деятельное участие и в развитии типографии армянской духовной столицы – Эчмиадзина [12. С. 304].

Ираклий II также поддерживал армянское книгоиздание. Один из печатных станков, созданных П. Арабяном, он подарил армянскому католику Гукасу Карнеци для эчмиадзинской типографии [13. С. 496].

Благодаря типографским новшествам грузинское издательское дело перешло на рыночные отношения, не только укрепив свою роль в обществе, но и открыв большие возможности для конкуренции с грузинскими издателями в России [14. С. 312]. Несмотря на то, что в грузинской типографии публиковались книги светского содержания, основная книжная продукция, которая находилась под особым надзором царя, католикуса и церковного совета, служила главным образом духовенству, что предопределило ее классовую ограниченность [Там же. С. 315]. Заказчики и потребители издательской продукции были в основном представителями одного сословия, которому и были адресованы эти книги. Относительно большую аудиторию имели церковно-приходские и халфайские школы. Рекламные уведомления выполняли прежде всего информационно-пропагандистскую, а не коммерческую функцию.

Такое развитие библиографической рекламы было характерно и для армянской среды Тифлиса, где большинство населения составляли армяне. Однако, если распространение грузинских книг осуществлялось на государственном уровне, а реализация книжной продукции и использование рекламных методов преследовали политические цели, то армянская книга не имела государственного патронажа и в ее распространении большую роль играли духовенство и материально более обеспеченный класс армянского общества – купечество [15. С. 69]. Купцы не только продавали печатную продукцию и создавали типографии, но и спонсировали издание книг на армянском языке в типографиях разных стран [16. С. 4].

Армянские учебники и духовные книги были наилучшим средством для возрождения утраченной идентичности, пробуждения национального самосознания [17. С. 120] и объединения вокруг этой идеи армян, живущих в разных странах. Отметим, что во второй половине XVIII в. армянское население считало Грузию «возможной и желаемой союзницей и опорой в борьбе за освобождение Армении, всякими способами содействовало усилению экономической и политической мощи Грузии» [18. С. 229].

В 1795 г. после нашествия Ага Мохамед-Хана единственная типография Тифлиса была разрушена и сожжена, в результате чего издательская сфера, как и все другие области, пришла в упадок. Лишь спустя десять лет начинается новый период развития издательского дела, но уже в другой политической ситуации.

Фактически в конце XVIII в. книги стали объектом развивающейся торговли. Именно в это время формируются виды и формы книжной рекламы, которая на начальном этапе была неразрывно связана с издательским продуктом. Рекламный процесс в основном не был опосредованным, не имел букинистического характера [19. Р. 33] и выражался на уровне межличностного и межгруппового общения. До начала XIX в. в Тифлисе уже был накоплен некоторый опыт рекламной коммуникации в издательской и книготорговой сферах, модификация которых происходит под воздействием новых факторов.

Цель нашей статьи – выявить особенности развития армянской книжной рекламы в Тифлисе с 1801 по 1865 г.; задача исследования – определить те факторы, которые воздействовали на развитие рекламы армянской книги.

Для раскрытия темы мы использовали сравнительно-исторический метод и метод группировки.

Новизна темы заключается в том, что впервые исследуется реклама армянской книги в системе рекламной коммуникации Российской империи. Изучение темы дает возможность найти исторические корни генезиса рекламы армянской книги, которая до сих пор не рассмотрена учеными-арменистами, чем и определяется ее актуальность.

Хронология нашего исследования включает временные рамки с 1801 по 1865 г. Начало изучаемого этапа – дата включения Картли-Кахетинского царства в состав Российской империи, когда полностью изменилась информационно-коммуникационная система кавказского края, а окончание – принятие в 1865 г. новых цензурных правил в Российской империи, когда вследствие либерализации в издательской отрасли намечались большие перемены.

Политические и экономические реформы, проводимые Россией на Кавказе, были противоречивыми. С одной стороны, ужесточился контроль за инакомыслием и средствами его распространения, с другой – велась работа по организации образовательного и просветительского дела в Кавказском крае. Культурные реформы преследовали в большинстве случаев политические цели, что в некоторых кругах создавало противоречивые настроения, и основывались на пропаганде, успех которой в основном зависел от средств и каналов коммуникации.

Рассмотрим те факторы, сыгравшие значительную роль в развитии книжной рекламы Тифлиса, в частности рекламы армянской книги, которая как средство коммуникации, наряду с другими видами торговой и социальной рекламы, формировала жизненные установки, поведение и мировоззрение различных слоев общества [20. С. 66].

**Книгоиздательство в Тифлисе.** С 1805 до конца 1820 г. учрежденные в Тифлисе разные типографии имели кратковременную жизнь, что было обусловлено политическими и экономическими факторами. Российское правительство было заинтересовано в поисках решений для развития издательской деятельности в Тифлисе ради своих политических интересов. В учрежденных военно-походных типографиях, в издательствах образовательных учреждений в разные годы печатались объявления, информационные листки и постановления местных властей, а также учебники, методические пособия, словари и газеты. Объявления о выходе и продаже этих изданий имели социально-прагматические и политические цели.

Несмотря на то что в XIX в. в Тифлисе большинство населения составляли армяне, в начале столетия в типографиях губернского ведомства в основном использовались русские и грузинские шрифты, а также фарси. Кавказская администрация ссылалась на лояльность армянского населения к российскому правительству и на их знание грузинского и татарского языков [21. С. 213].

Армянское книгоиздание, как и раньше, ориентировалось на духовенство и поддержку частных предпринимателей. Выпуск учебных книг на армянском языке в Тифлисе долгое время не финансировался из государственной казны: их изданием и распространением в основном занимались сами армяне.

В 1823 г. при Нерсисянской духовной школе открывается первая армянская типография Тифлиса. Именно от продукции школьной типографии, а также арендованных подвалов и магазинов (караван-сараев) поступали доходы Нерсисянской школы [22. С. 29–30]. До 1830 г.

Нерсисянская школа выпустила 30 различных изданий общим тиражом около 18 000 экземпляров [23. С. 51].

В 1838 г. в Тифлисе открылась вторая армянская типография. Она была учреждена усилиями братьев Арзаянов (Арзанцевых), один из которых был педагогом тифлисской гимназии. Акоп и Давид Арзаяны основали типографию, потому что в гимназии был дефицит армянских книг [24]. В типографии издавались также книги на русском, латинском, грузинском, татарском языках для учеников тифлисской гимназии. Типография Арзаянов тоже имела непродолжительную жизнь. В 1842 г. вновь открывается Нерсисянская типография, и в последующие годы число типографий, учрежденных армянами, постепенно увеличивается.

Деятельность частных армянских типографий стимулировала расширение издательской продукции и была рычагом для развития библиографической рекламы. Естественно, издатели были заинтересованы в дополнительных заработках и использовали возможные варианты для увеличения продажи книг. Но этого было трудно достичь, так как книжный рынок формировался очень медленно, что было обусловлено несколькими взаимосвязанными причинами: неграмотностью большей части населения, труднодоступностью древнеармянского языка, на котором издавалась значительная часть книжной продукции, медленным формированием восточноармянского литературного языка из разнодиалектных единиц, сдержанными темпами становления художественной литературы, дефицитом качественных переводов европейской литературы и высокой стоимостью книг.

**Книготорговля в Тифлисе.** Согласно заметкам датского лингвиста Расмуса Раска, в 1820 г. в Тифлисе книгами торговали лишь двое армян. Один из них наряду со свечами продавал только Новый Завет на грузинском, турецком, современном греческом и армянском языках; другой вместе с русскими книгами продавал различные фарфоровые изделия. Книг на европейских языках в продаже не было [25. Р. 174].

В первой половине XIX в. в Тифлисе продажа книг не была специализированной сферой торговли, поскольку не было соответствующего спроса. Продажей книг занимались не только купцы, но и люди разных профессий. Например, парикмахер Пельте, который рекламировал свою парикмахерскую в различных номерах газеты «Кавказ», иногда помещал также объявления о продаже книг в парикмахерской (Тифлис. 1846. № 37).

В 1830-х гг. библиотеки превращаются в центры книготорговой коммуникации, где особо важным становится привлечение внимания покупателей к товару. Именно библиотеки становятся специализированными

магазинами книжной торговли, где концентрируется также рекламная деятельность по продаже книг. Так, например, в 1830 г. в газете «Тифлиссские ведомости» печатается объявление Екатерины Котовой, которая сообщает, что открывает библиотеку, где, помимо чтения, можно купить также и книги (Тифлис, 1830, № 50). Интересен и тот факт, что кавказская администрация долгое время не могла открыть в Тифлисе общественную библиотеку, так как никто из жителей не изъявлял желания отдать внаем дом под публичную библиотеку и не соглашался уступать без платы по соревнованию к просвещению, распространяемому правительством во благо Кавказского края [26. С. 23].

Первый опыт профессиональной книжной торговли также начинается с Нерсисянской школы, основанной архиепископом Нерсесом – благодаря его деятельности новое поколение стало изучать родной язык и общаться на нем.

Продукция типографии была представлена в школьной библиотеке, которая в то же время являлась книжным магазином и складом бумаги, привезенной из России: здесь покупали книги и бумагу не только тифлисцы, но и жители других городов Закавказья, так как других армянских книжных магазинов не было [22. С. 29–30].

Надо отметить, что дискретность профессионального развития была присуща и армянской книготорговой сфере. Армянский издатель и предприниматель Аветик Энфиачян в своей автобиографии пишет, что в магазине его отца, открытом в 1834 г., наряду с различными товарами продавались также учебники для образовательных учреждений и молитвенники. Однако после смерти отца в 1838 г. все предметы, кроме книг, были проданы: в Тифлисе, можно сказать, не осталось никого, кто понимал бы содержание армянских книг – почти все говорили на грузинском [27]. До 1840-х гг. большинство армян Тифлиса даже в армянской церкви исповедовались на грузинском [28. С. 41].

Отметим, что грузинские и иноязычные книги пользовались большой популярностью среди интеллигенции, проживающей в Грузии [29. С. 32–33]. Традиции семейных библиотек, берущие начало с давних времен, получили свое новое социально-философское содержание уже в первой половине XIX в. Наличие книг не было обусловлено лишь любовью к чтению. Семейные библиотеки были способом самопрезентации, престижа и показа определенного образа жизни. Фактически книга из объекта рекламы превращалась в предмет демонстрации с индексальной функцией репутации и авторитета.

После смерти отца А. Энфиачян вынужденно покидает Нерсисянскую школу и продолжает торговать книгами, покупателями которых бы-



ли в основном ученики Нерсисянской школы и армяне из других городов и сел. По воскресеньям продажу книг осуществляли на ярмарках. С годами тифлисские армяне привыкли к чтению на армянском языке и стали покупать книги в магазине Энфиачянов [27].

Следует отметить, что уже в 40-е гг. XIX столетия растет спрос на книжные издания. В 1845 г. братья Энфиачяны открыли специализированный книжный магазин, в 1850 г. организовали при нем читальню, где были представлены армянские книги и учебники, напечатанные в разных странах, а также осуществляли подписку на все армянские газеты и журналы, которые выходили во многих городах мира. Продукция магазина Энфиачянов пополнялась новыми книгами из Константинополя, отправкой которых занимался дядя основателей магазина; книги на продажу выставляли также наследники умерших владельцев печатных изданий.

Букинистическая форма книжной торговли создала благоприятную почву для регулярного товарообмена. Ученики школ и студенты семинарии не только покупали книги, но и занимались их распространением и рекламой. Книжную торговлю поощрял также наместник Кавказа М. Воронцов, который покупал как русские, так и армянские издания. Именно благодаря его ходатайству в 1855 г. А. Энфиачян назначается комиссионером по продаже книг, а магазин получает право размещения на рекламной доске магазина государственного герба с двуглавым орлом [30].

К 1860-м гг. в Тифлисе книжные магазины стали узкой профессиональной сферой предпринимательской деятельности, а работа книжного магазина и типографии Энфиачянов способствовала развитию армянской библиографической рекламы, которая, преодолев межличностный и групповой уровни, стала средством массовой коммуникации. Для этого Энфиачяны использовали также периодическую прессу и сами предприняли издание газеты и журналов, где особое место занимали объявления о продаже книг и публикация книжных каталогов.

**Каналы коммуникации.** На развитие издательского дела и книжной рекламы влияли также каналы коммуникации.

В начале XX в. почтовые службы были в плохом состоянии. Процесс реформирования этой сферы проходил медленно из-за внутренних организационных вопросов и плохой дорожно-транспортной коммуникации [31]. Стабильность деятельности почтовой службы была прямо пропорциональна распространенности и эффективности рекламного сообщения. Цена почтовых услуг тоже была довольно высокой, из-за чего для транспортировки или выплат за покупку книги издатели и авторы обращались к частным перевозчикам, родственникам, друзьям или знакомым [32. С. 300]. Фактически они становились основными носителями информации о книжном товаре.

На книгоиздательский рынок и книжную рекламу довольно существенное влияние оказало развитие образовательной сферы Кавказского края. Но процесс образовательных реформ являлся довольно сложным, причиной чего были неоднородное народонаселение края, социальная стратификация, культурные традиции и разные политические устремления «туземных» народов. В 1835 г. ситуация в регионе стабилизируется, а роль классического образования резко возрастает. На данном этапе российская администрация начинает централизацию системы народного образования [33. Р. 366].

Учебные заведения становятся каналами коммуникации, так как информация о книжных новинках появляется именно здесь. Благодаря их деятельности увеличилось число читателей, а социальный адрес книги расширился. Объектом рекламы становятся в основном учебники, методические и этнографические книги, которые постепенно забирают пальму первенства у религиозных сочинений.

Одним из ключевых каналов коммуникации были также цензурные органы, так как доступность и ограничения рекламной информации напрямую зависели от них. Именно цензоры решали вопросы издания, рекламирования и распространения книги. Первоначально на Кавказе не было специального цензурного органа, что задерживало развитие книгоиздательской сферы, в результате чего многие проекты остались лишь на бумаге. До учреждения Кавказского цензурного комитета в 1848 г. книги в Тифлисе печатались под ответственность издателей, впоследствии – под ответственность ведомства Главноуправляющего Грузии и Кавказскими областями.

Огромный массив армянских книг, газет и журналов привозился из-за границы, но многие иностранные издания не доходили до читателей, так как иностранная цензура или не успевала просматривать их все и они долгое время лежали на полках [34], или просто отсеивала книги по политическим соображениям. Литературные и научные издания, которые выписывались из-за границы не через подписку в почтамтах, а через особых комиссионеров, также проходили иностранную цензуру [35].

Эти факторы, с одной стороны, сдерживали развитие книжной рекламы, с другой – определенно гарантировали возможность доступа читателя к книге. Сведения об одобрении книги цензурой обеспечивала правовую информацию о ее законности.

**Виды коммуникации.** Самым надежным и применяемым на практике средством продвижения книги долгое время оставались виды межличностной и межгрупповой коммуникации, адресатами и адресантами которых являлись писатели, издатели, книготорговцы, агенты и их окружение: коммуникация была устной, письменной и печатной.

Устные формы распространения рекламы преобладали до начала 1870-х гг. Впоследствии основным местом для этого вида рекламы были книжные ярмарки.

Письменная коммуникация основывалась на переписке, которая несла не только рекламную информацию, но и была средством заключения коммерческого соглашения или сделки между авторами и агентами, владельцами книжных магазинов, подписчиками книг, редакциями периодических изданий. Она более 100 лет была основным видом межличностного и межгруппового общения.

Массовость книжным объявлениям обеспечили печатные виды рекламы, которые из года в год получали распространение и позволяли эффективно донести информацию о книгах до целевой аудитории. Это были:

1) рекламные листки, которые являлись оперативными средствами распространения информации о том или ином издательском продукте. Как правило, такие листовки включали в себя объявления о новых газетах, журналах или книгах, которые в качестве приложений к периодическим изданиям отправлялись читателям;

2) каталоги. В 1850 г. в Тифлисе в типографии Нерсияновской духовной семинарии Аветик и Амбардзум Энфиачяны напечатали первый армянский книжный каталог и полный список армянской литературы, при помощи которого каждый мог получить представление о состоянии национальной литературы [36];

3) прайс-листы, получившие широкое распространение как типы небольшого каталога. Заметим, что первый прайс-лист Энфиачяны опубликовали в 1847 г. в армянском журнале «Азгасер» («Патриот») в Калькутте (Калькутта. 1847. № 122), а затем в 1848 г. в издании «Айастан» («Армения») в Константинополе (Константинополь. 1848. № 29). Если в этих изданиях публикация прайс-листов имела рекламную функцию, так как Энфиачяны занимались книготорговлей во всем мире и имели большую сеть агентов [37. С. 143], то в Тифлисе издание каталогов и прайс-листов было необходимым требованием, поскольку по правилам цензуры книготорговцы должны были представить свои книги в цензурный комитет [38. С. 477]. Таким образом, каталоги служили гарантированным способом ознакомления публики с имеющимися книгами [39];

4) периодическая печать. Позже вышеназванные виды рекламы нашли свое прочное место в периодической печати, претерпев при этом различные трансформации и создав своеобразную жанровую систему книжной рекламы в прессе. Например, редакторы тифлиско-армянских газет и журналов проводили литературоцентристскую политику, печатая библиографические объявления бесплатно или по бартерному принципу,

обеспечивая таким образом продвижение армянских книг на издательском рынке. По мнению армянских редакторов, для армянской прессы главным было «не журналистская составляющая, а пропаганда чтения, распространение грамотности и образования» [40. С. 137]. Бесплатно в газетах печатались также каталоги и прайс-листы армянских книг.

Несмотря на то что в отличие от столичных изданий в частной периодике Тифлиса разрешалось печатать коммерческую рекламу товаров и услуг, тем не менее книжная реклама доминировала, и это было не только следствием социально-экономической отсталости края, но и фактором того, что объявления о продаже книг на местных языках воспринимались в качестве новостей, так как очень часто не различались по форме презентации [41. С. 217–218].

**Книга как средство рекламы.** Традиция патронажа способствовала реализации армянской книжной продукции, поскольку благотворительные вложения компенсировались или повышали социальный статус спонсоров, т.е. книга была не только объектом рекламы, но и средством рекламирования различных персон. Если до XIX в. в основе меценатства издания и распространения армянских рукописей и книг лежал личностный мотив, а патриотизм выражался в монументальном сохранении имени спонсора или заказчика книги в исторической памяти народа, то при царской власти спонсорство имело более прагматические цели.

В первые годы существования на Кавказе царская администрация не противилась, а наоборот, всячески поддерживала частные инициативы армян и поощряла многие благотворительные проекты. Так, например, награжденный золотой медалью графом Иваном Паскевичем-Эриванским тифлисская гражданин Габриел Шадинов в 1839 г. напечатал за свой счет 300 экземпляров армянской грамматики и большинство из них раздал ученикам, которые не могли купить книгу, за что был награжден чином 14-го класса [42].

Статус книги как в духовном, так и в практическом отношении повышался также в учебных заведениях, что отражалось и на социальном статусе обладателей книг. Неслучайно благотворительность в учебных заведениях выражалась также в дарении и завещании книг. Например, в 1842 г. вдова французского профессора Сербье, который создал на французском языке «Армянскую грамматику» и напечатал изыскания из области армянских древностей, в знак благодарности местным властям за гостеприимство завещала тифлисской гимназии семейную библиотеку [43].

Филантропия, кроме государственной и внутринациональной поддержки рекламы и распространения издательской продукции, довольно

часто выражалась и в межкультурных коммуникациях в сфере образования и просвещения. Так, например, одним из дарителей Нерсисянской школы был грузинский князь Отар Амилахвари, которому в 1826 г. Нерсес Аштаракец в качестве благодарности за оказанную помощь вручил золотые часы, его жене – большое зеркало, а благодарственное письмо князю в печатном виде было распространено с целью побуждения и в некоторой степени влияния на амбициозные чувства других не менее богатых уроженцев Кавказа [44. С. 26]. Отметим, что в 1819 г., когда вышла в свет первая грузинская газета «Сакартвелос гезети» («Грузинская газета»), в ее распространении активное участие приняли также армянские духовные лица во главе с архиепископом Нерсесом Аштаракец, которого за старательное и преданное служение властям в 1819 г. император наградил орденом Святой Анны первой степени [45. С. 23–24].

Также отметим, что до 60-х гг. XIX столетия в газетах печатались имена и фамилии подписчиков периодики, что являлось немаловажным фактором для распространения библиографической рекламы и утверждения социального статуса читателей («Меху Айастани» («Пчела Армении»). Тифлис. 1858. № 52).

Таким образом, можно констатировать, что армянское книгоиздание было разрозненно, но его многообразные компоненты были интегрированы в одну и ту же систему, в которой рекламная информация имела не только коммерческие, но и социальные цели общенационального характера, ориентированные на внутриэтническое пространство.

Армянская книжная реклама Тифлиса формировалась путем синтеза общенационального культурного развития с локальным, в пространстве которого немалое место занимала административная составляющая с культуртрегерским акцентом.

Основной упор армянской книжной рекламы был сделан на образовательные и просветительские функции книги с целью интеграции разрозненного народа в одно культурное коммуникационное пространство. Таким образом, она материализовывала и устанавливала духовные потребности народа.

В первой половине XIX в. институализировалась система книжной рекламной деятельности Тифлиса, что было обусловлено формированием книгоиздательского и книготоргового рынков, а также видов и каналов коммуникации.

Спонсорство и покупка книг стали одним из видов книжной рекламы, а она сама явилась средством персональной рекламы, целью которой была популяризация личности и социального статуса мецената.

Список источников

1. Макарова Е.А. Литературно-издательская ситуация Томска рубежа XIX–XX вв. в контексте развития издательского дела в Сибири // Текст. Книга. Книгоиздание. 2016. № 2. С. 110–130.
2. Матвеева Г.В. Реклама миссионерской книги (историко-региональный аспект) // Новые смыслы, новые формы в рекламной индустрии и рекламном образовании : сб. материалов XVI Всерос. конф. зав. кафедрами рекламы, связей с общественностью и смежных специальностей. 2012. С. 91–97.
3. Воробьева Т.Л. Из истории развития книготорговли в Томске и Томской губернии в конце XIX – начале XX в. (статья первая) // Текст. Книга. Книгоиздание. 2014. № 2 (6). С. 118–131.
4. Макарова Е.А. Феномен частных библиотек г. Томска конца XIX – начала XX в. // Текст. Книга. Книгоиздание. 2012. № 1. С. 67–79.
5. Каримова А.А. История развития книжной текстовой рекламы в отечественном издательском деле // Актуальные вопросы современной науки и образования : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. 2016. С. 113–117.
6. Гриц Т., Тренин В., Никитин М. Словесность и коммерция (Книжная лавка А.Ф. Смирдина). М. : Аграф, 2001. 304 с.
7. Куприянова Т.Г. Предпринимательство в книжном деле: историография, история, тенденции развития. М. : МГУП им. И. Федорова, 2012. 368 с.
8. Берштадт А.Б. Пропаганда и реклама книги как часть социальной рекламы // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2008. № 5. С. 109–115.
9. Джанашиа Н., Мачавариани Е., Сургуладзе М. Грузинская рукописная книга // Культура народов Востока. М. : Наука, 1987. Кн. 1. С. 176–200.
10. Табидзе Н. История грузинской журналистики. Тбилиси : Универсал, 2012. Т. 1. 324 с. (на груз. яз.).
11. Адамян А. Договор грузинского царя Ираклия Второго и типографа Погоса Ованисяна // Вестник Матенадарана. 1956. Т. 3. С. 115–120 (на арм. языке).
12. Сборник исторических документов армянской истории. Тифлис : Электр. Тип., 1908. Кн. 8. 665 с. (на арм. языке).
13. Дубровин Н.Ф. История войны и владычества русских на Кавказе : в 6 т. СПб. : Типография И.Н. Скороходова, 1886. Т. 4. 536 с.
14. Ватейшвили Д.Л. Грузия и европейские страны : в 3 т. Т. 3: Грузия и Россия, XVIII–XIX вв. М. : Наука, 2006. Кн. 3. 531 с.
15. Агаханян А.А. Попытка переоценки роли армянского купечества в развитии армянского книгопечатания // Вестник Ереванского университета. 2008. № 3 (126). С. 67–76 (на арм. языке).
16. Агаханян А.А. Роль купечества в армянском книгопечатании // Вестник Ереванского университета: Арменоведение. 2012. № 138.1. С. 3–13 (на арм. языке).
17. Енокян А. Иллюстрации изданий первой армянской типографии в России // Вестник Матенадарана. 2018. № 25. С. 101–122.
18. Чобанян П.А. Армяно-русско-грузинские отношения во второй половине 18 века. Св. Эчмиадзин: Первопрестольный Святой Эчмиадзин. 2005. 750 с.
19. Buhler Curt F. The fifteenth century book: the scribes, the printers, the decorators, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1960. URL: <https://ru.scribd.com/document/235520134/Buhler-Curt-The-Fifteenth-century-Book> (дата обращения: 3.03.2020) .
20. Хавторина Ю.В. Реклама как средство массовой коммуникации в России в конце 19 – начале 20 в. // Власть. 2011. № 7. С. 64–66.

21. Саядов С.М. «Тифлиссские ведомости» об Армении и армянах // Историко-филологический журнал. 1983. № 2-3. С. 212–223.
22. Малхасянц С.С. Краткая история 75-летнего существования Нерсисянской духовной школы (1824–1899). Тифлис, 1900. 200 с. (на арм. языке).
23. Джанджугазян А. Ученическая пресса Нерсисянской школы // Колыбель армянской культуры (Ученики Нерсисянской школы о школе и об учителях) / сост. О.Н. Агулян и др. Ереван : Луйс, 1971. 326 с.
24. Российский государственный исторический архив (РГИА). Ф. 733. Оп. 82. Д. 48. Л. 4–7.
25. Чекин Л. Расмус Раск в Грузии // Issues of linguistics – 2016. Tbilisi, 2017. P. 165–179.
26. Рапорт д. с. с. Завилейскому барону Розену, от 19 декабря 1831 года, № 10385 // Акты, собранные Кавказскою археографической комиссией. Тифлис : Типография Глав. Упр. Наместника Кавказского, 1881. Т. 8. 23 с.
27. Национальный архив Армении (НАА). Ф. 1351. Оп. 1. Д. 152. Л. 2.
28. Срвандзтянц Г. Город Тифлис // Сочинения. Ереван : АН Арм. ССР, 1982. Т. 2. 564 с. (на арм. языке).
29. Гургенидзе Н. Библиотечное дело в Грузии в XIX веке (По материалам грузинской периодики) : автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Тбилиси, 1997. 37 с.
30. НАА. Ф. 1351. Оп. 1. Д. 152. Л. 3–3 об.
31. Гитин В.В. Тифлисская уника. URL: [http://mirmarok.ru/prim/view\\_article/147/](http://mirmarok.ru/prim/view_article/147/) (дата обращения: 10.07.2020).
32. Ахвердян Г. Письмо М. Эмину // Литературное наследие. Ереван : АН Арм. ССР, 1964. № 3 (на арм. языке).
33. Shevchenko N.A., Vidishcheva E.V., Emelyanova O.V. The Establishment of the System of Public Education in the Caucasus // *Bylye Gody*. 2016. Vol. 40, is. 2. P. 363–372.
34. РГИА. Ф. 772. Оп. 1. Д. 2272. Л. 2 об.
35. РГИА. Ф. 772. Оп. 1. Д. 2272. Л. 76.
36. Объявление. Каталог всех армянских книг, изданных в Венеции, Вене, Константинополе, Калькутте, Смирне, Москве. Тифлис, 1850 (на арм. языке).
37. Ишханян Р.А. Армянская книга 1512–1920. Ереван : АН Арм. ССР, 1981. 154 с. (на арм. языке).
38. Устав о цензуре // Полное собрание законов. Собр. 2. 1828. Т. 3, ч. 1, № 1979.
39. РГИА. Ф. 733. Оп. 118. Д. 336. Л. 2.
40. Даниелян Т.Р. Реклама книги в армянской периодической печати Тифлиса (1846–1865 гг.) // Вопросы арменоведения. 2019. № 1 (16). С. 130–137.
41. Даниелян Т.Р. Особенности библиографической рекламы в периодической печати Тифлиса (1819–1865 гг.) // Вестник Российско-Армянского (Славянского) университета: гуманитарные и общественные науки. 2019. № 3 (33). С. 202–218.
42. РГИА. Ф. 733. Оп. 82. Д. 67. Л. 1.
43. РГИА. Ф. 733. Оп. 82. Д. 96. Л. 1–2.
44. Сантросян М.А. История Нерсисянской школы. Ереван : Луйс, 1981. 224 с.
45. Табидзе Н.П. Первая грузинская газета. Тбилиси : Изд-во ТГУ, 1974. 104 с.

### References

1. Makarova, E.A. (2016) Literature and publishing in Tomsk at the turn of the 20th century in the context of publishing industry development in Siberia. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie – Text. Book. Publishing*. 2. pp. 110–130. (In Russian). DOI: 10.17223/23062061/11/7

2. Matveeva, G.V. (2012) Reklama missionskoy knigi (istoriko-regional'nyi aspekt) [Advertising of a missionary book (a historical and regional aspect)]. *Novye smysly, novye formy v reklamnoy industrii i reklamnom obrazovanii* [New meanings, new forms in the advertising industry and advertising education]. Proc. of the Conference. pp. 91–97.
3. Vorobieva, T.L. (2014) From the history of development of book trade in Tomsk and Tomsk Province in late nineteenth – early twentieth century (part one). *Tekst. Kniga. Knigoizdanie – Text. Book. Publishing*. 2(6). pp. 118–131. (In Russian).
4. Makarova, E.A. (2012) Private libraries phenomenon in Tomsk of late 19 – early 20 centuries. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie – Text. Book. Publishing*. 1. pp. 67–79. (In Russian).
5. Karimova, A.A. (2016) Istoriya razvitiya knizhnoi tekstovoi reklamy v otechestvennom izdatel'skom dele [The history of the development of book text advertising in the Russian publishing industry]. *Aktual'nye voprosy sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Topical Issues of Modern Science and Education]. Proc. of the Conference. pp. 113–117.
6. Grits, T., Trenin, V. & Nikitin, M. (2001) *Slovesnost' i kommertsiya (Knizhnaya lavka A.F. Smirdina)* [Literature and Commerce (A.F. Smirdin's Bookstore)]. Moscow: Agraf.
7. Kupriyanova, T.G. (2012) *Predprinimatel'stvo v knizhnom dele: istoriografiya, istoriya, tendentsii razvitiya* [Entrepreneurship in Book Business: Historiography, History, Development Trends]. Moscow: Moscow State University of Printing Arts.
8. Bershtadt, A.B. (2008) Propaganda i reklama knigi kak chast' sotsial'noy reklamy [Promotion and advertising of books as part of public service announcements]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Problemy poligrafii i izdatel'skogo dela*. 5. pp. 109–115.
9. Dzhanashia, N., Machavariani E. & Surguladze, M. (1987) Gruzinskaya rukopisnaya kniga [Georgian handwritten books]. In: Akimushkin, O.F. et al. (eds) *Rukopisnaya kniga v kul'ture narodov Vostoka. Ocherki*. [Handwritten books in the culture of the peoples of the East. Essays.]. Vol. 1. Moscow: Nauka. pp. 176–200.
10. Tabidze, N. (2012) *Istoriya gruzinskoy zhurnalistiki* [History of Georgian Journalism]. Vol. 1. Tbilisi: Universal.
11. Adamyan, A. (1956) Dogovor gruzinskogo tsarya Irakliya Vtorogo i tipografa Pogosa Ovannisyana [Agreement between the Georgian king Erekle II and the printer Poghos Hovhannisyana]. *Vestnik Matenadarana – Bulletin of Matenadaran*. 3. pp. 115–120.
12. *Sbornik istoricheskikh dokumentov armyanskoy istorii* [Collection of Historical Documents of Armenian History]. (1908) Vol. 8. Tiflis: Elektr. Tip.
13. Dubrovin, N.F. (1886) *Istoriya voyny i vladychestva russkikh na Kavkaze* [History of War and Domination of Russians in the Caucasus]. Vol. 4. St. Petersburg: I.N. Skorokhodov.
14. Vateyshvili, D.L. (2006) *Gruziya i evropeyskie strany* [Georgia and European countries]. Vol. 3. Moscow: Nauka.
15. Agakhanyan, A.A. (2008) Popytka pereotsenki roli armyanskogo kupechestva v razvitii armyanskogo knigopachataniya [An attempt to reassess the role of the Armenian merchants in the development of Armenian book printing]. *Vestnik Erevanskogo universiteta – Bulletin of Yerevan University*. 3. pp. 67–76.
16. Agakhanyan, A.A. (2012) Rol' kupechestva v armyanskom knigopечатanii [On the problem of the Role of Merchants in the Armenian Tipography]. *Vestnik Erevanskogo universiteta – Bulletin of Yerevan University*. 138(1). pp. 3–13.
17. Enokyan, A. (2018) The History of Book Illustration in the First Armenian Printing House in Russia. *Vestnik Matenadarana – Bulletin of Matenadaran*. 25. pp. 101–122. (In Armenian).
18. Chobanyan, P.A. (2005) *Armyano-russko-gruzinskie otnosheniya vo vtoroy polovine 18 veka* [Armenian-Russian-Georgian Relations on the Second Half of the 18th Century]. St. Echmiadzin: The Mother See of Holy Etchmiadzin.



19. Buhler, C.F. (1960) *The Fifteenth Century Book: The Scribes, the Printers, the Decorators*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. [Online] Available from: <https://ru.scribd.com/document/235520134/Buhler-Curt-The-Fifteenth-century-Book> (Accessed: 3rd March 2020).

20. Khavtorina, Yu.V. (2011) Реклама как средство массовой коммуникации в России в конте 19 – начале 20 вв. [Advertising as a means of Mass Communication in Russia in the late 19th – early 20th centuries]. *Vlast'*. 7. pp. 64–66.

21. Sayadov, S.M. (1983) “Tiflisskie vedomosti” ob Armenii i armenyakh [“Tiflisskie vedomosti” about Armenia and the Armenians]. *Istoriko-filologicheskii zhurnal*. 2-3. pp. 212–223.

22. Malkhasyants, S.S. (1900) *Kratkaya istoriya 75-letnego sushchestvovaniya Nersis'yanskoy dukhovnoy shkoly (1824–1899)* [A Brief History of the 75-year Existence of the Nersisyan Theological School (1824–1899)]. Tiflis: [s.n.]. (In Armenian).

23. Dzhandzhugazyan, A. (1971) Ucheneskaya pressa Nersis'yanskoy shkoly [The student periodicals of the Nersisyan school]. In: Agulyan, O.N. et al. *Kolybel' arm'yanskoy kul'tury (Ucheniki Nersis'yanskoy shkoly o shkole i ob uchitelyakh)* [The Cradle of Armenian culture (Students of the Nersisyan school about the school and the teachers)]. Yerevan: Luys. (In Armenian).

24. The Russian State Historical Archive (RGIA). Fund 733. List 82. File 48.

25. Rask, R. (2017) Pis'mo Rasmusu Nyuerupu [Letter to Rasmus Nuerup]. In: Chekin, L. *Rasmus Rask v Gruzii* [Rasmus Rask in Georgia]. Tbilisi: [s.n.]. pp. 165–179.

26. Zavileyskiy, P.D. (1881) Raport d. s. s. Zavileyskogo baronu Rozenu, ot 19 dekabrya 1831 goda, № 10385 [Report 10385 from Actual State Councilor Zavileysky to Baron Rosen, December 19, 1831]. In: *Akty, sobrannye Kavkazskoyu arkhograficheskoy komissiyey* [Acts collected by the Caucasian Archaeographic Commission]. Vol. 8. Tiflis: Printing house of the Main Directorate of the Governor of the Caucasus. p. 23.

27. The National Archive of Armenia (NAA). Fund 1351. List 1. File 152.

28. Srvandztyants, G. (1982) *Sochineniya* [Works]. Vol. 2. Yerevan: Academy of Sciences of the Armenian SSR.

29. Gurgendze, N. (1997) *Bibliotchnoe delo v Gruzii v 19 veke (Po materialam gruzinskoy periodiki)* [Librarianship in Georgia in the 19th century (Based on materials from Georgian periodicals)]. Abstract of Pedagogy Dr. Diss. Tbilisi.

30. The National Archive of Armenia (NAA). Fund 1351. List 1. File 152, L. 3–3 ob.

31. Gitin, V.V. (n.d.) *Tiflisskaya unika* [The Tiflis poststamp]. [Online] Available from: [http://mirmarok.ru/prim/view\\_article/147/](http://mirmarok.ru/prim/view_article/147/) (Accessed: 4th March 2020).

32. Akhverdyan, G. (1964) Pis'mo M. Eminu [Letter to M. Emin]. In: *Literaturnoe nasledie* [Literary Heritage]. Vol. 3. Yerevan: The Academy of Sciences of the Armenian SSR.

33. Shevchenko, N.A., Vidishcheva, E.V. & Emelyanova, O.V. (2016) The Establishment of the System of Public Education in the Caucasus. *Bylye Gody*. 40(2). pp. 363–372. (In Russian).

34. The Russian State Historical Archive (RGIA). Fund 772. List 1. File 2272. L. 2 ob.

35. The Russian State Historical Archive (RGIA). Fund 772. List 1. File 2272. L. 76.

36. Anon. (1850) *Katalog vsekh arm'yanskikh knig, izdannykh v Venetsii, Vene, Konstantinopole, Kal'kutte, Smirne, Moskve* [Catalog of All Armenian Books Published in Venice, Vienna, Constantinople, Calcutta, Smyrna, Moscow]. Tiflis: [s.n.].

37. Ishkhanyan, R.A. (1981) *Arm'yanskaya kniga 1512–1920* [Armenian Book 1512–1920]. Yerevan: The Academy of Sciences of the Armenian SSR. (In Armenian).

38. Russia. (1828) Ustav o tsenzure [Charter on Censorship]. In: *Polnoe Sobranie zakonov* [Complete Collection of Laws]. Coll. 2. Vol. 3(1). № 1979.

39. The Russian State Historical Archive (RGIA). Fund 733. List 118. File 336.

40. Danielyan, T.R. (2019) Reklama knigi v armyanskoy periodicheskoy pechati Tiflisa (1846–1865 gg.) [Book advertising in Armenian periodicals in Tiflis (1846–1865)]. *Voprosy armenovedeniya – Armenological Issues*. 1(16). pp. 130–137.

41. Danielyan, T.R. (2019) Osobennosti bibliograficheskoy reklamy v periodicheskoy pechati Tiflisa (1819–1865 gg.) [The peculiarities of bibliography advertising in periodicals of Tiflis]. *Vestnik Rossiisko-Armyanskogo (Slavyanskogo) universiteta: gumanitarnye i obshchestvennyye nauki*. 3(33). pp. 202–218.

42. The Russian State Historical Archive (RGIA). Fund 733. List 82. File 67.

43. The Russian State Historical Archive (RGIA). Fund 733. List 82. File 96.

44. Santrosyan, M.A. (1981) *Istoriya Nersisyanской shkoly* [History of the Nersisyan School]. Yerevan. Luys. (In Armenian).

45. Tabidze, N.P. (1974) *Pervaya gruzinskaya gazeta* [The First Georgian Newspaper]. Tbilisi: Tbilisi State University.

***Сведения об авторе:***

**Даниелян Т.Р.** – кандидат филологических наук, доцент кафедры литературы Ванadzорского государственного университета (Ванadzор, Армения). E-mail: t5plus@yandex.ru

***Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.***

***Information about the author:***

**T.R. Danielyan**, Cand. Sci. (Philology), associate professor, Vanadzor State University (Vanadzor, Republic of Armenia). E-mail: t5plus@yandex.ru

***The author declare no conflicts of interests.***

*Статья поступила в редакцию 28.07.2020;  
одобрена после рецензирования 15.01.2021; принята к публикации 14.03.2022*

*The article was submitted 28.07.2020;  
approved after reviewing 15.01.2021; accepted for publication 14.03.2022*