

ემილ ავდალიანი
ისტორიის დოქტორი, თსუ

პირველი ქართული რეკლამა

თანამედროვე პერიოდში წარმატებული ბიზნესის წარმოების ერთ-ერთი მთავარი კომპონენტი კარგი რეკლამის გაკეთებაა. დღევანდელ საქართველოში რეკლამის გამოყენების იდეა ფართოდ არის გავრცელებული, თუმცა, როგორც იქნება ნაჩვენები, ეს არ არის მხოლოდ საქართველოს პოსტ-საბჭოთა პერიოდისთვის დამახასიათებელი. XIX-XX საუკუნეების მიჯნაზე საქართველოში ფართოდ ვითარდებოდა სარეკლამო ბიზნესი და ყოველი მეწარმე ცდილობდა ყურადღება მიექცია საკუთარი პროდუქციისა თუ მომსახურებისთვის გაზეთებში საინტერესო რეკლამების განთავსებით.

XIX-XX საუკუნეების მიჯნაზე საქართველოში სარეკლამო ბიზნესისა და განსაკუთრებით საგაზეთო რეკლამების განცხადებების განვითარების შესახებ საკმაოდ ცოტა რამ არის ცნობილი. მკვლევარებმა აღნიშნული საკითხით ეხლაზნან დაიწყეს დაინტერესება. ხშირია ცალკეული ინტერვიუები, ვიდრე ბლოგები ან ინტერნეტში დაუმოწმებელი ინფორმაციის განთავსება. ეს კარგად ასახავს იმ მდგომარეობას, რომ რამოდენიმე მცირე გამოჩანჩლის გარდა,¹ პირველ ქართულ რეკლამაზე საკმაოდ ცოტა რამ არის შექმნილი აკადემიური კუთხით. შესაბამისად, დღეს არსებობს იმის საჭიროება, რომ აღნიშნულ საკითხს მეტი ყურადღება მიექციოს და შეისწავლოს ის ძირითადი მახასიათებლები, რომელიც თან სდევდა ქართულ საგაზეთო რეკლამას XIX საუკუნის მეორე ნახევრიდან.

¹ თ. მღებრიშვილი. ქართული საგაზეთო რეკლამის ისტორიიდან. კავკასიოლოგიური ძიებანი. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი, კავკასიოლოგიის ინსტიტუტი. ტ. XI. თბ. 2011, გვ. 373-380; კ. ბარამია. ქართული რეკლამის ისტორიიდან.. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის საქართველოს ისტორიის ინსტიტუტისა და მსოფლიო ისტორიის ინსტიტუტის ახალგაზრდა ისტორიკოსთა შრომები. №3. თბ. 2016, გვ. 68-76.



პირველი ქართული სასოფლო-სამეურნეო ორგანიზაციის ჟურნალი „გუთნის დედა“
(1861 წ.)

ამ სტატიაში რამოდენიმე ქართული გაზეთის მაგალითზე განხილული იქნება პირველი ქართული ბეჭდური რეკლამის მახასიათებლები. რამდენ ძირითად ნაწილად შეიძლება რეკლამების სახეობების დაყოფა, რა იყო რეკლამების განთავსების ფასები და, რაც მთავარია, რამდენად შეიძლება იმდროინდელი რეკლამების რაოდენობისა და ხარისხის გამოყენება საქართველოს მოსახლეობის ეკონომიკური კეთილდღეობის საზომად.

XIX საუკუნის საქართველოში, ისევე როგორც რამოდენიმე საუკუნის წინ ევროპაში, რეკლამის განვითარებას ხელი შეუწყო ბეჭდურმა მედიამ. თავდაპირველად გაზეთები გამოიყენებოდა რიგითი პოლიტიკური, სოციალური თუ კულტურული მოვლენების აღსაბეჭდად. თუმცა XIX საუკუნის მეორე ნახევარში მკაფიოდ იკვეთება გაზეთებში რეკლამების განთავსების ტენდენცია.

პირველი ქართული ბეჭდური რეკლამა 1861 წელს გამოჩნდა პირველ ქართულ სასოფლო-სამეურნეო ორგანიზებულ ჟურნალ „გუთნის დედაში“, სადაც აღწერილი იყო გუთნის დედა, რომელსაც თან ახლდა ანოტაცია მოხმარების შესახებ. ასევე, იმპორტული საქონელის ფოტოებიც იყო მოყვანილი: დღეში ცხრა თუნგის მომწველი ფლამანდური ძროხა.²

მოგვიანო პერიოდში, მაგალითად გაზეთ „ივერიის“ (1877-1906 წწ.) გვერდებზე, უმრავლეს შემთხვევაში ვაწყდებით იმდროინდელი საქართველოს ყოველდღიურ ცხოვრებაზე გამოქვეყნებული განცხადებებისა და რეკლამების მეშვეობით. რეკლამების უმრავლესობა შეეხებოდა მომსახურების სფეროს, სხვადასხვა პროდუქციის იმპორტსა და ადგილობრივ წარმოებას.

დავიწყოთ მომსახურების სფეროთი სადაც იმდროინდელი ტფილისის სასტუმროების რეკლამები ჭარბობდა. მათგან ერთ-ერთი პირველი იყო თანამედროვე რუსთაველის გამზირის №19-ში მდებარე „საბადური“.

სასტუმროს აღწერა არ გამოირჩეოდა განსაკუთრებული დეტალების გადმოცემით, თუმცა, ამისგან განსხვავებით, სასტუმრო „პურ-ღვინოს“ აღწერილობა ბევრად მეტ დეტალს იძლევა: „ორი თავი საჭმელი (ორჯერადი კვება – ე. ა.) ჰღირს თვეში 12 მან. სამი თავი - 18 მან. ღვინითა, არყითა და ყავით მსურველებთან განსაკუთრებული და მეტად სახიერო პირობებით შეიძლება მორიგება“.³

² ჟურნ. „გუთნის დედა“. №1. 1861, გვ. 1.

³ გაზ. „ივერია“. №179. 1894, გვ. 1.

გაზეთ „ივერიის“ ერთ-ერთი ნომრის პირველი გვერდი

⁴ გაზ. „ივერია“. №145. 1899, გვ. 1.
⁵ გაზ. „ივერია“. №145. 1899, გვ. 1.

პირველი ქართული რეკლამები მაქსიმალურად პოზიტიური და იუმორისტული იყო. ერთერთი რესტორნის მეპატრონემ თავის რესტორანს „ინტელიგენტური“ დაარქვა. „ლალისის წყლების“ რეკლამა შემდეგნაირად ჟღერდა: „თუ გინდა იყო ლამაზი ქალი, უნდა დალიო ლალისის წყალი“. მოგვიანო პერიოდში „ლალისის წყლებმა“ კიდევ ერთი სარეკლამო ფრაზა შეიმუშავეს: „მოითხოვე ყველგან, ერიდე სიყალბეს“. ერთ-ერთი ბრილიანტების მაღაზიის რეკლამა განსაკუთრებით საინტერესოდ ჟღერდა: „მაღე ვიკეტებით, ამიტომ გვაქვს ფასდაკლება“.

რეკლამა უკეთდებოდა ასევე უცხოურ ნაწარმსაც: ფეხსაცმელებს, ე. წ. საკერავ და სათიბ მანქანებს, თერძებს და ა. შ. სარეკლამო ტექსტები კი დაახლოებით ასეთი შინაარსის იყო: „ფასები შეუვაჭრებლად“, „სლავიანსკი ნომრები როგორც ოჯახისთვის, ისე უცოლშვილოებისთვის“.

უცხოური პროდუქციის რეკლამებში ისევ გაზეთი „ივერია“ გამოირჩეოდა. მაგალითად, ცნობილი „ესტლე“-ს რეკლამა მყიდველს რძის ფხვნილს სთავაზობდა.⁶ იმპორტულ პროდუქციაზე საუბარს დავასრულებთ ერთი საინტერესო რეკლამით, რომელიც ჰიგიენას ეხებოდა და მკითხველს სთავაზობდა სადეპილაციო საშუალებას 2,5 მანეთად. ხელსაწყო დამზადებული იყო გერმანიაში, ქალაქ ფრანკფურტში.⁷ ასევე გვხვდებოდა პროვიზორ იურგენისის ჰიგიენური ბორნო-ტიმოლის საპონი, რომელიც აქრობდა ჭორფლს, ნასიცხს, სხვადასხვა ლაქებსა და ოფლს.⁸

როგორც იმდროინდელი ტფილისური გაზეთებიდან ჩანს, მომსახურების სფერო საკმაოდ დიდ ადგილს იკავებდა ქალაქში. 1890-იანი წლების ტფილისში ასევე იყო სადაზღვევო მომსახურებაც. მაგალითად, იყო ერთი ფრანგული სადაზღვევო კომპანია „ურბენი“, რომელიც 1889 წლიდან შევიდა რუსეთის იმპერიის ბაზარზე. ამ კონკრეტულ შემთხვევაში „ურბენი“ მომხმარებელს სთავაზობდა სიცოცხლის დაზღვევას.⁹

იმავე წელს ისევ გაზეთ „ივერიაში“ იყო გამოქვეყნებული კიდევ ერთი სადაზღვევო კომპანია „იაკორის“ რეკლამა. მას „ურბენისგან“ განსხვავებით მოქმედების უფრო ფართო არეალი გააჩნდა. კომპანია ასევე აზღვევდა ხანძრისგან მიღებულ ზარალს.¹⁰

⁶ გაზ. „ივერია“. №262. 1888, გვ. 4.

⁷ გაზ. „ივერია“. №15. 1891, გვ. 4.

⁸ გაზ. „ივერია“. №83. 1900, გვ. 4.

⁹ გაზ. „ივერია“. №142. 1894, გვ. 4.

¹⁰ გაზ. „ივერია“. №151. 1894, გვ. 4.

თუმცა, სავარაუდოდ, ყველაზე ფართო დაზღვევა „როსიას“ გააჩნდა, რომლის „ივერიის“ ფურცლებზე შემოთავაზებულ მრავალპუნქტიან პაკეტში სიცოცხლის და ზანდისგან დაზღვევა ერთ-ერთ მთავარ უპირატესობას წარმოადგენდა.¹¹ ასევე აღსანიშნავია სანქტ-პეტერბურგის სადაზღვევო კომპანია „ნადეჟდას“ შემოთავაზებები ქართული მოსახლეობისათვის. კომპანია სხვადასხვა სახის ტვირთის დიდ მანძილზე გაგზავნისას ხელსაყრელ დაზღვევას უზრუნველყოფდა.¹²

(10-3)

გზითივის დაზღვევა.

დაზღვევის საზოგადოებამ „რუსეთმა“ გადაიხადა დაზღვეულ ქალთა სამზიოვოდ

1888 წლიდან	1892 წლამდე	108 ახალგაზრ. ქალთათვის	226,100 მან.
1893 „	1895 „	326 „	710,600 „
1896 „	1898 „	822 „	1.694,300 „
1899 „	1901 „	1.562 „	3.087,300 „

იან. 1902 წ. დაზღვეულია სამზიოვოდ 29,742 ახალგაზრდა ქალისთვის 50.311,300 მ.

დაზღვევის სურვილის განცხადებას იღებენ და ყოველგვარ ცნობებს იძლევიან აბეგობაში ს.-პეტერბურგში (Большая Морская, собет. д. № 37). ტფილისის ანყოფილებაში (სერგაივის ქუჩა, სახ. № 6) და საზოგადოების აგენტებისაგან რუ-ფოს იმპერიის ყველა ქალაქებში. (4-334-4)

ქუთაისის გუბერნიის მეაბრეშუმეთა პირველ

ერთ-ერთი სადაზღვევო საზოგადოების რეკლამა

საინტერესოა როგორ გამოიყენებოდა რეკლამა ქალაქში გავრცელებული არასწორი ინფორმაციის აღმოსაფხვრელად. მაგალითად, როდესაც კინემატოგრაფია იქმნებოდა, რასაც საზოგადოება შიშით შეხვდა თავიდან, გავრცელდა ჭორი, რომ ფილმის ყურება თვალებს ატკიებდა. ერთ-ერთი რეკლამა კი ამტკიცებდა, რომ სცენები „თვალებს არ ატკიებს“.

სარეკლამო განცხადებების მნიშვნელოვანი ნაწილი საქართველოში დამზადებულ თუ იმპორტირებულ როგორც საკონდიტრო და სამეურნეო სა-

¹¹ გაზ. „ივერია“. №137. 1895, გვ. 4.

¹² გაზ. „ივერია“. №13. 1903, გვ. 1.

ქონელს, ასევე მუსიკალურ ინსტრუმენტებს შეეხებოდა. რეკლამა დაინტერესებულ პირებს სხვადასხვა სასწავლო კურსზე იწვევდა. მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ქართული წარმოების სხვადასხვა სასმელის რეკლამებს და ინფორმაციებს სხვადასხვა ჰიგიენური საშუალებების შესახებ.

განსაკუთრებით საინტერესოა ის ცნობები, რომლებიც გვაძლევს ინფორმაციას იმ წიგნებსა თუ ჟურნალ-გაზეთებზე, რომლებიც ამ პერიოდში იბეჭდებოდა და იყიდებოდა საქართველოსა და მთელი რუსეთის იმპერიის ფარგლებში. ხშირი იყო სომხური ჟურნალ-გაზეთების განცხადებები.¹³ უბრალო განცხადებებით ვგებულობდით, თუ საქართველოს რომელი კუთხის რომელ წიგნების მაღაზიაში იყიდებოდა ახლად გამოსული ნაშრომები. ეს ელემენტარული განცხადებები იმითაც გამოირჩევა, რომ ერთ-ერთი პირველი არიან, რომლებიც იბეჭდებოდა 1877 წელს ჯერ კიდევ ყოველკვირეულ გაზეთ „ივერიაში“.¹⁴ გაზეთები გამოიყენებოდა ასევე თეატრალური აფიშების გავრცელებისთვის.

საინტერესოა სხვადასხვა სასწავლებლების – პანსეონებისა და პროგიმნაზიების – რეკლამები. გაზეთ „ივერიაში“ ვხდებით განცხადებას „სასწავლებელი და პანსეონი ჯორჯიკაისი“. რეკლამიდან ირკვევა, რომ ეს სასწავლებელი ერთგვარ მოსამზადებელ დაწესებულებას წარმოადგენდა მათთვის ვისაც სურდა სხვა სასწავლებლებში გაეგრძელებინათ სწავლა.¹⁵ მრავალი იყო კერძო მასწავლებლების და სხვადასხვა ცენტრების არსებობა, რომლებიც რამოდენიმე საგანში მოამზადებდნენ ბავშვებს.¹⁶

მრავალფეროვანი იყო „ივერიის“ ფურცლებზე ტფილისში კერძო ექიმებზე გამოქვეყნებული რეკლამები. მაგალითად, მრავალი თვის განმავლობაში გვხვდებოდა შემდეგი რეკლამა: „პირველი კერძო სამკურნალო ექიმი ნავასარიანისა“.¹⁷ ასევე რეკლამირებული იყო „თფილისის კერძო სამკურნალო მკურნალის მიხეილ გელევანიშვილისა“. ირივეგან შეიძლება ვენერული, ყელ-ყურ-ცხვირის და სხვადასხვა დაავადებების მკურნალობა. მომსახურების ფასი ერთ შემთხვევაში 10 შაური იყო, ხოლო, რაც ყველაზე საინტერესოა, ღარიბებისთვის კი უფასო.¹⁸ კიდევ ერთი ექიმი გრძელიშვილი ასევე იღებდა

¹³ გაზ. „ივერია“. №259. 1886, გვ. 4.

¹⁴ გაზ. „ივერია“. №3. 1877, გვ. 16; გაზ. „ივერია“. №6. 1877, გვ. 16.

¹⁵ გაზ. „ივერია“. №162. 1893, გვ. 1.

¹⁶ გაზ. „ივერია“. №30. 1903, გვ. 4; გაზ. „ივერია“. №42. 1903, გვ. 4.

¹⁷ გაზ. „ივერია“. №212. 1894, გვ. 4.

¹⁸ გაზ. „ივერია“. №212. 1894, გვ. 4.

„ყელისა, ყურისა და ცხვირის ავადმოფებს“.¹⁹

ქართული ნაწარმი არც თუ ისე ხშირად გვხვდებოდა „ივერიის“ ფურცლებზე და თუ ეს ხდებოდა, პროდუქცია, ძირითადად, ღვინის, კონიაკის²⁰ ან სიგარეტის წარმოებას ეხებოდა. მაგალითისთვის აღსანიშნავია „კახური ღვინის საწვობი ზაქარ იოსების ძის სიმონოვისა“. განცხადებიდან ვგებულობთ, რომ მომმარაგებლები სოფელ ზემო ზოდაშნიდან იყვნენ და ერთი ბოთლის ფასი 30 კაპიკიდან 1 მანეთამდე მერყეობდა.²¹ „პატარა კახის“ სახელით იყიდებოდა კახური ღვინოები და ფასი 15 კაპიკიდან იწყებოდა.²² მრავლად გვხვდება თამბაქოსა და სხვადასხვა ზეთიანი საღებავების რეკლამები. მაგალითად, ცნობილი თამბაქოს მწარმოებელი, ტფილისელი ნიკოლაი ბოზარჯიანცი გაზეთებს იყენებდა არა მარტო საკუთარი ნაწარმის პოპულარიზებისთვის, არამედ ცრუ ინფორმაციასთან და არალეგალურ თამბაქოსთან საბრძოლველად. მაგალითად, 1883 წლის 24 სექტემბერს გამოქვეყნდა ბოზარჯიანცის განცხადება, სადაც მწარმოებელი აღნიშნავდა, რომ ბევრი თამბაქოს ფაბრიკანტი ყალბ სახევეებს ამზადებდა და რომ ამიერიდან „ყველანაირი თამბაქო და პაპიროზები ჩემის ფაბრიკისა გამოვლენ ამავე ნიშნით (ნიშანი 10-შტუკიანი პაპიროსის გასახვევად – ე. ა.).“

რეკლამების განხილვის შემდეგ ნათელია, რომ მათი უმრავლესობა გაზეთის ბოლოს, ძირითადად, მე-4 გვერდზე იყო განთავსებული, რადგან მანდ გამოქვეყნების ფასი ერთი სტრიქონი 8 კაპიკი ღირდა.²³ პირველ გვერდზე რეკლამის განთავსება ერთი სტრიქონი 16 კაპიკს უდრიდა. სრული მეოთხე გვერდის დაკავების შემთხვევაში ფასი მთელ 16 მანეთს აღწევდა. თუმცა ესეც არ იყო რეკლამების განთავსების ფასის ლიმიტი. ასე, მაგალითად, „ივერიის“ სრული პირველი გვერდის დაკავების შემთხვევაში, კლიენტს უნდა გადაეხადა მთელი 60 მანეთი!²⁴

გაზეთ „ივერიაში“ განთავსებული რეკლამების ანალიზი კიდევ ერთი საინტერესო დასკვნის გამოტანის საშუალებას გვაძლევს. ისევე როგორც თა-

¹⁹ გაზ. „ივერია“. №5. 1900, გვ. 1.

²⁰ გაზ. „ივერია“. №37. 1903, გვ. 1.

²¹ გაზ. „ივერია“. №257. 1886, გვ. 4.

²² გაზ. „ივერია“. №73. 1900, გვ. 4.

²³ შედარებისთვის 1880-იან წლებში მოსკოვში გამოცემული «Русский Курьер»-ი თავის მეოთხე გვერდზე რეკლამის გასანთავსებლად ერთ სტრიქონს აფასებდა 10 კაპიკათ, ხოლო პირველზე ფასი 20 კაპიკს აღწევდა. 10%-იანი დანამატი იყო იმ შემთხვევაში თუ კლიენტს სურდა განცხადების შეღამაზება (გაზ. „ივერია“. №61. 1886, გვ. 4.).

²⁴ გაზ. „ივერია“. №257. 1886, გვ. 4; გაზ. „ივერია“. №151. 1894, გვ. 4.

ნამედროვე პერიოდში, XIX-XX საუკუნეების მიჯნის ქართულ გაზეთებში განთავსებული რეკლამის რაოდენობა და ხარისხი მეტყველებდა არა მარტო საკუთრივ გაზეთ-ჟურნალების პოპულარობაზე, არამედ იმაზეც, რომ ქვეყანაში ფართო მასშტაბებით ვითარდებოდა მცირე ბიზნესი. ეს არ იყო მხოლოდ ტფილისისთვის დამახასიათებელი. ხშირად გვხვდება ბათუმსა და სხვა ქართულ ქალაქებში ახლად შექმნილი საწარმოებისა თუ პატარა მაღაზიების განცხადებები. რეკლამების რაოდენობა და გაფორმების ხარისხი უდავოდ უნდა მეტყველებდეს იმდროინდელ საქართველოში კაპიტალის ბრუნვის საგრძნობ ზრდაზე. მაგალითისთვის 1880-იანი წლების „ივერიის“ ნომრების უმეტეს ნაწილში იშვიათია ზოგადად რეკლამების განთავსება არა მარტო გაზეთის პირველ, ყველაზე ძვირადღირებულ, არამედ ბოლო მეოთხე გვერდზეც კი.

თუმცა თუ შევადარებთ ამ ნომრებს ამავე „ივერიის“ 1900-იანი წლებიდან და მომდევნო პერიოდის ნომრებთან, ნათელია მკვეთრი სხვაობა რეკლამების რაოდენობასა და ხარისხში. დაახლოებით 1900 წლიდან „ივერიის“ თითქმის ყოველი ნომრის პირველი გვერდის ნახევარი ძვირადღირებული რეკლამებით იყო სავსე. იგივეს თქმა შეიძლება ბოლო, მეოთხე გვერდზეც, სადაც ასევე მრავლად იყო განთავსებული სხვადასხვა განცხადებები/რეკლამები. აღნიშნული პერიოდის ნომრებისთვის აგრეთვე დამახასიათებელია რეკლამების საკმაოდ მდიდრული გაფორმება,²⁵ რაც მეტ ხარჯებთან იყო დაკავშირებული.

უფრო მეტიც, „ივერიის“ მოგვიანო ნომრებში რეკლამების რაოდენობა პირველსა და ბოლო გვერდებზე უფრო მატულობს, რაც მეტყველებს ბიზნესის დონეზე იმდროინდელ საქართველოში და გარკვეულწილად შეიძლება აღებულ იქნას მცირე ქართული ბიზნესის კეთილდღეობის ერთგვარ ინდიკატორად.²⁶

XX საუკუნის დასაწყისში რეკლამები თავსდებოდა უკვე რეგიონულ პრესაშიც. ამით გამოირჩეოდა გაზეთი „იმერეთი“,²⁷ რომლის ერთ-ერთ ნომერში აბანოში განსაბანად გვეპატიუებიან.²⁸ ასევე მრავლად იყო სხვადასხვა

²⁵ გაზ. „ივერია“. №67. 1900, გვ. 4.

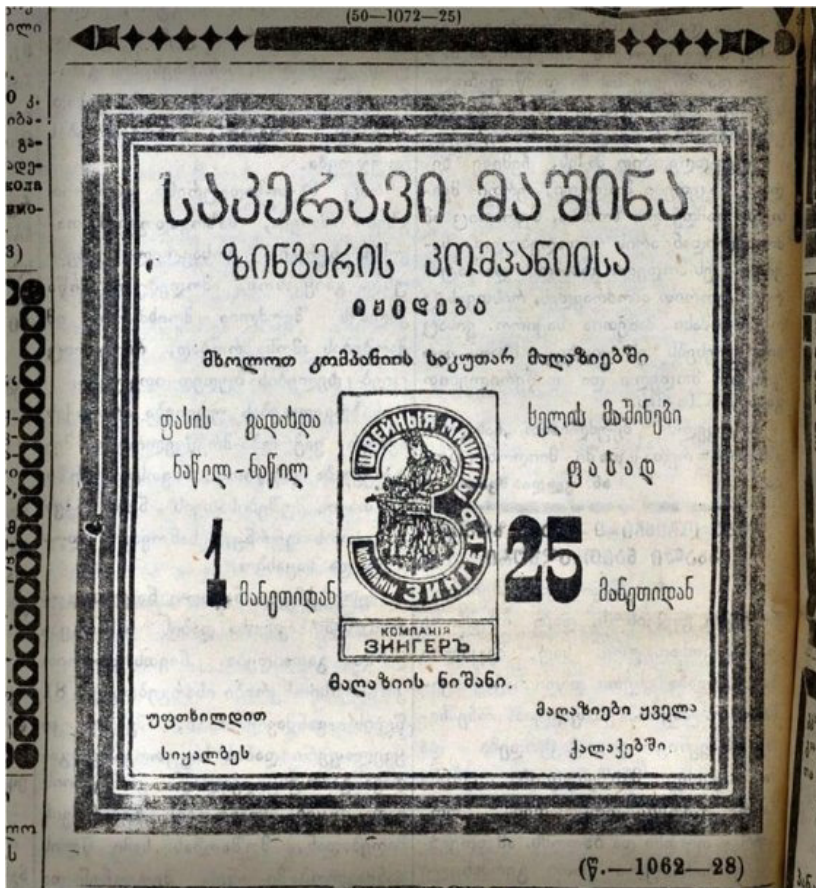
²⁶ გაზ. „ივერია“. №18. 1903, გვ. 1-4.

²⁷ ყოველდღიური გაზეთი „იმერეთი“ გამოდიოდა ქუთაისში, 1912-1915 წლებში. გაზეთის პირველი ოფიციალური რედაქტორები გ. ჭელიძე (1912-1914 წწ.) და ბ. ჯაიანი (1914 წ. №87-დან) იყვნენ.

²⁸ გაზ. „იმერეთი“. №161. 1913, გვ. 4.

სახის „მაშინები“ (საკერავი და საწერი).²⁹

ზმირად გვხვდება ფეხსაცმლის თუ აბრეშუმეობის რეკლამა, მინაწერებით — „ფასები სხვებთან შედარებით დაკლებულია“ ან „ფასები შეუვატრებლად“ („განსაკუთრებით ქალების კასტიუმებისთვის“). გვხვდება ესეთებიც: „პირდაპირ ნახევარ ფასად იყიდება“.³⁰ ერთი რეკლამის განცხადება განსაკუთრებით საინტერესოდ ჟღერს, როდესაც ავტორი გოგირდის წყლის შესაძენად კლიენტებს პროდუქტს „ძლიერ ზომიერ ფასად“ სთავაზობს.³¹



საკერავი მანქანა „ზინგერის“ რეკლამა

²⁹ გაზ. „იმერეთი“. №85. 1914, გვ. 4.

³⁰ გაზ. „იმერეთი“. №169. 1913, გვ. 1.

³¹ გაზ. „იმერეთი“. №85. 1914, გვ. 4.

1912 წლის „იმერეთის“ ერთ-ერთ ნომერში ჩნდება განცხადება: „იყიდება შანტეკლერის კაბა, კაბის ქსოვილი“. „იმერეთის“ ნომრები გამოირჩეოდა ვიზუალური გაფორმებით და აღსანიშნავია ის, რომ მაშინ საერთოდ არ არსებობდა ანტირეკლამა. აქაც, ისევე როგორც „ივერიის“ და სხვა გაზეთების ფურცლებზე რეკლამების უმეტესობა ბოლო გვერდზე იყო განთავსებული. თუმცა პირველი გვერდიც გამოირჩეოდა რეკლამების რაოდენობითა და ხარისხით. „იმერეთის“ გვერდებიდან ჩვენ ნათლად ვხედავთ, რომ მცირე ბიზნესი, ტფილისის გარდა, ფართოდ ვითარდებოდა იმდროინდელ ქართულ რეგიონებში: იხსნებოდა მაღაზიები და ღილი იყო უცხოურ ნაწარმზე მოთხოვნა.



გაზეთ „იმერეთის“ ერთ-ერთი ნომრის პირველი გვერდი

„იმერეთში“ გამოქვეყნებული რეკლამების რაოდენობა ხშირად აღემატებოდა „ივერიისას“, ხოლო განცხადებების სტილი საკმაოდ მრავალფეროვანი იყო.³² რეკლამების მოხატულობა სულ უფრო ვითარდებოდა. ხშირი იყო შამპანურის ბოთლის რეკლამირებისას საკუთრივ შამპანურის ბოთლის დახატვა. უფრო მეტიც, „იმერეთის“ ზოგ ნომერში რთული ნავთის ლამპების მოხატულობაც კი იყო დატანილი.³³

ასე, პირველი ქართული რეკლამები გამოირჩეოდა განსაკუთრებული კრეატივით. ვიზუალური მხარე ბევრ რეკლამას საკმაოდ მდიდარი ჰქონდა, ხოლო ზოგი მხოლოდ ერთი წინადადებით შემოიფარგლებოდა. თუმცა „ივერიისა“ და „იმერეთის“ განხილვა ნათლად მეტყველებს იმაზე, რომ რეკლამის განმთავსებლები გაზეთების რედაქტორებთან ერთად საკმაოდ საინტერესო ფრაზებს ირჩევდნენ მკითხველის მოსაზიდათ. გაზეთები ასევე მეტყველებს იმაზე, რომ ქართული რეკლამა საკმაოდ ფართოდგამოყენებული გახდა XIX საუკუნის ბოლო მეოთხედში. ეს გარკვეულწილად მეტყველებს ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარებაზე იმდროინდელ საქართველოში. რეკლამების განხილვა ასევე მეტყველებს იმაზე, რომ საქართველო, თავისი ადგილმდებარეობის მიუხედავად, საკმაოდ მჭიდროდ იყო დაკავშირებული იმდროინდელ ევროპულ და რუსულ ქალაქებთან.

უფრო მეტიც, განხილულ გაზეთებში გამოქვეყნებული რეკლამების რაოდენობისა და ხარისხის ამ მოკლე ანალიზით ნათელია, რომ XIX-XX საუკუნეების მიჯნის საქართველოში მცირე ბიზნესი საკმაოდ სწრაფად ვითარდებოდა.

³² გაზ. „იმერეთი“. №140. 1913, გვ. 1-4.

³³ გაზ. „იმერეთი“. №26. 1913, გვ. 4.

Emil Avdaliani

PhD,

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Georgia

FIRST GEORGIAN ADVERTISEMENT

Summary

Nowadays one of the major components of doing business is efficient advertisement campaign. In modern Georgia, as anywhere across the world, advertisement is indeed omnipresent. However, as is shown in the article, advertisement was quite actively used in late 19th-early 20th century Georgia too, when the country was part of the Russian Empire.

In late 19th-early 20th century Georgia entrepreneurs as well as merchants and others used Georgian newspapers to draw public attention to their products or services they were offering across the country.

In the academic sphere there is a very limited amount of reliable works dedicated to the issue of the first Georgian advertisement, its development and eventual death after 1921. It is only now that scholars have begun to express their interest in researching the question. There are plenty of video footages, interviews and occasional short articles with numerous mistakes available on the internet about rich advertising activity across Georgia during late 19th-early 20th century. Thus, as said above, a distinct lack of academic works on “advertisement” subject demands paying closer attention to this interesting question of capitalist development of Georgia.

Apart from giving a general history of how first advertisements were introduced in the Georgian newspapers such as “Iveria” and others, the article also aims at analyzing the structure, methodology as well as number of ads correlated to the well-being of small businesses across Georgia. The article will also serve as a good starting base for future studies in this uncharted subject.