



«Զորավար Սեպուհ» պատմաքաղաքական վերլուծական կենտրոն

«Zoravar Sepouh» historical-political analytical center

ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ
ԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՆԴԵՍ
ԹԻՎ 2(7)

HISTORY AND POLITICS
ACADEMIC JOURNAL
№2(7)

ԵՐԵՎԱՆ 2020

**Հանդեսը տպագրվում է «Զորավար Սեպուհ» պատմաքաղաքական
վերլուծական կենտրոնի գիտական խորհրդի որոշմամբ**

Գլխավոր խմբագիր՝ ԱՇՈՏ ՆԵՐՍԻՍՅԱՆ

Խմբագրական խորհուրդ

Աշոտ Ենգոյան, Արմեն Ճուղուրյան, Արմեն Սահակյան, Բագրատ
Էսդուգյան (Թուրքիա, Իստամբուլ),
Եզնիկ արքեպիսկոպոս Պետրոսյան, Էդիկ Մինասյան,
Ժիրայր Լիպարիտյան (ԱՄՆ, Բոստոն), Համլետ Գևորգյան, Հովսեփ
Աղաջանյան, Մարտին Գիլավյան,
Վալերի Միրզոյան, Վալերի Թունյան,
Ռաֆիկ Նահապետյան

Գլխավոր խմբագրի տեղակալ՝ Արտաշես Ղազարյան

Պատասխանատու քարտուղար՝ Թամարա Մարգարյան

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՎԱՃԱՌԱԿԱՆՆԵՐԸ ՈՒՇ ՄԻՋՆԱԴԱՐԻՑ ՄԻՆՉԵՎ ՎԱՂ ԱՐԴԻ ԴԱՐԱՇՐՁԱՆ

ՍԱՐԳԻՍ ԲԱԼԴԱՐՅԱՆ

Բանալի բառեր – առևտրական տեղեկատվություն, «շրջանառության տեսություն», առևտրական նամակագրություն, Նոր Ջուդա, Եղիա Կարնեցի, Հայրապետ դի Մարտին, Կոստանդ Ջուդայեցի, Ժակ Սավարի, Ղուկաս Վանանդեցի:

1751 թվականին անգլիացի առևտրական փորձագետ Մալաքի Պասթլթուայթը, պատկերավոր նկարագրության մեջ ամփոփելով տեղեկատվության ու վաճառականների սերտ առնչությունները, նշում էր, որ «անտեղյակների համար առևտուրը լոկ պատահականության խաղ է», ու նրանց նմանեցնում էր «ճանապարհագուրկ օվկիանոսի վրա առանց կողմնացույցի թափառողների»: Մինչդեռ կրթված վաճառականի համար, որը հաստատակամորեն գնում է առաջ՝ դեպի «հարստություն ու պատիվ», «առևտուրը գիտություն է, որտեղ հմտությունը գրեթե երբեք ձախողման չի տանում»¹: Անգլիացի հեղինակը, փաստորեն, առևտրական գործունեության հաջողության գաղտնիքը որոնում է տեղեկատվության մեջ, որը վաճառականը պետք է հետևողականորեն ձեռք բերեր և իր գործունեությունը պատահականության խաղից վերածեր գիտության:

Այս հոդվածի նպատակն է քննարկել առևտրական տեղեկատվության փոխանցման միջոցները վաճառականների շրջանում ու՞մ միջնադարում ու վաղ արդի դարաշրջանում, այսինքն՝ մոտավորապես 1300-1800 թթ. ընկած ժամանակահատվածում: Տեղեկատվության կարևորությունը «շրջանառության տեսության» շրջանակում դիտարկելուց հետո անցում է կատարվում այն հարցին, թե եվրոպացի վաճառականներն ինչպես էին ստանում ու փոխանակում առևտրական գործի վերաբերյալ տեղեկույթ-

¹ **Malachy Postlethwayt**, *The Merchant's Public Counting-House, or New Mercantile Institution*, London, 1750, pp. 5-6, հղումը ըստ՝ **Hooock J.**, *Professional Ethics and Commercial Rationality*, ed. by M. Jacob and C. Secretan, “The Self-Perception of Early Modern Capitalists”, New York, 2008, p. 156.

յունները նշված շրջանում: Հոդվածի վերջին հատվածը նվիրված է Նոր Ջուղայի հայ վաճառականության շրջանում առևտրական տեղեկատվության փոխանցման միջոցների քննարկմանը եվրոպական փորձառության համապատկերում:

«Շրջանառության տեսությունն» ու տեղեկատվությունը

Վաճառականական գործունեության համար տեղեկատվության կարևորությունն առավել քան ընդգրկուն ու համապարփակ է արտացոլում այսպես կոչված «շրջանառության տեսությունը», որն առաջ է քաշել ֆրանսիացի պատմաբան Կլոդ Մարկովիցը հնդիկ վաճառականներին նվիրված իր աշխատության մեջ¹: Հենց այս մոտեցման վրա է հիմնվել Մեպուհ Ասլանյանը Նոր Ջուղայի հայ վաճառականների համաշխարհային ցանցի իր ուսումնասիրության մեջ²: Այսպես՝ ըստ Կլոդ Մարկովիցի՝ առևտրական ցանցերը կազմված են կենտրոն(ներ)ից ու դրա հետ փոխկապակցված մի շարք բնակավայրերից, որոնց միջև տեղի է ունենում «առարկաների ու մարդկանց» շրջանառություն³: Այդ շարքում են վաճառականները, կանայք, ապրանքները, կապիտալն ու տեղեկատվությունը, որոնց անդադար շրջանառությունը ապահովում է ցանցի ամբողջականությունն ու կայուն գործունեությունը: Մեպուհ Ասլանյանը, այս շարքից բացի, հայկական առևտրական ցանցին բնորոշ է համարում նաև վեցերորդ տարրի՝ քահանաների շրջանառությունը⁴:

Պետք է նկատի ունենալ, որ «շրջանառությունը տարբեր է պարզ շարժունությունից, քանի որ այն ենթադրում է առաջ գնալու ու հետ գալու կրկնակի շարժում, որը կարող է կրկնվել անվերջ»⁵: Մյուս բնութագրական հանգամանքն այն է, որ շրջանառության գործընթացն ունի սոցիալական ու ֆիզիկական սահմանագծեր: Մասնավորապես, այս մոտեցումը զարգացրած հնդիկ գիտնական Կապիլ Ռաջի դիտարկմամբ՝ շրջանառությունը տեղի է ունենում «սահմանազատված ու անհավասար գծագրված տարածքներում», որոնց կարելի է տալ «շրջանառության տարածքներ» պայ-

¹ **Markovits C.**, *The Global World of Indian Merchants, 1750-1947: Traders of Sind from Bukhara to Panama*, Cambridge, 2000.

² **Aslanian S.**, *From the Indian Ocean to the Mediterranean: The Global Trade Networks of Armenian Merchants from New Julfa*, Berkeley, 2011, pp. 13-15.

³ **Markovits C.**, նշվ. աշխ., էջ 25:

⁴ **Aslanian S.**, նշվ. աշխ., էջ 13, 55:

⁵ **Markovits C., Pouchepadass J., Subrahmanyam S.**, Introduction: *Circulation and Society under Colonial Rule*, ed. by Markovits C., Pouchepadass J. and Subrahmanyam S., "Society and Circulation: Mobile People and Itinerant Cultures in South Asia, 1750-1950", London, 2003, pp. 2-3.

մանական անվանումը¹: Վերջիններս իրարից տարանջատող սահմանները թե՛ սոցիալական են ու թե՛ ֆիզիկական, ինչը բացատրվում է այն հանգամանքով, որ մի կողմից շրջանառությանը մասնակցում են հասարակության միայն որոշակի խմբեր, իսկ մյուս կողմից այդ գործընթացն ընթանում է կոնկրետ աշխարհագրական միջավայրում²: Եթե ասվածը տեղայնացնենք ու դիտարկենք հայկական օրինակի վրա, ապա կարող ենք արձանագրել, որ «հայկական շրջանառության տարածքներն» էին մի դեպքում հայ հասարակության վաճառականական շերտը, իսկ մյուս դեպքում՝ այն բոլոր բնակավայրերը, որոնց մտնում էին Նոր Ջուղայի առևտրական ցանցում:

Կարևոր է ընդգծել նաև, որ շրջանառվող «առարկաններն ու մարդիկ» միևնույն կարևորությունը չունեին առևտրական ցանցերի համար: Ինչպես եզրակացնում է Կլոդ Մարկովիցը, «ամենաեականը հավանաբար տեղեկատվության շրջանառությունն է... [քանի որ] ամենահաջողակ առևտրական ցանցերը եղել են նրանք, որոնք ամենից ընդունակն էին տեղեկատվությունը շարունակական մշակման ենթակա գիտելիքի փոխակերպելու հարցում»³: Այս գնահատականը լիովին արտացոլում է առևտրական շուկաների վերաբերյալ թարմ տեղեկատվություն ունենալու անհրաժեշտությունն ու մտահոգությունը, որը դարձել էր վաճառականի կյանքի անբաժան մասը: Առևտրական գործարքների հաջողությունը կամ ձախողումը մեծապես կախված էին հենց տեղեկատվության այն պաշարից, որ իր ձեռքի տակ ուներ տվյալ վաճառականը: Տեղին է հիշել ֆրանսիացի նշանավոր պատմաբան Ֆեռնան Բրոդելի դասական ձևակերպումը առևտրական լուրերի մասին՝ «նորությունը՝ շքեղ ապրանք»⁴:

Առևտրական տեղեկատվության փոխանցումը ու միջնադարում ու վաղ արդի շրջանում

Այժմ տեսնենք, թե վաճառականների կյանքում այդքան նշանակալի դերակատարություն ունեցած առևտրական տեղեկատվությունն ինչ ուղիներով էր տարածվում ու միջնադարում, իսկ ապա՝ վաղ արդի դարաշրջանում: Նամակագրությունը, որը խլում էր ուշմիջնադարյան վաճառականի ժամանակի մեծ մասը, ամենից արդյունավետ միջոցն էր հեռավոր տարածությունների վրա տեղեկատվություն փոխանակելու համար:

¹ **Raj K.**, Networks of Knowledge, or spaces of circulation? The birth of British cartography in colonial south Asia in the late eighteenth century, “Global Intellectual History”, vol. 2, no. 1, 2017, p. 52.

² Նույն տեղում, էջ 53:

³ **Markovits C.**, նշվ. աշխ., էջ 25:

⁴ **Braudel F.**, The Mediterranean and the Mediterranean World in the Age of Philip II, vol. 1, London, 1972, p. 335.

Առևտրական նամակագրության հարյուր հազարավոր օրինակները, որոնք մեզ են հասել 14-15-րդ դարերից, վկայությունն են այն ջանքերի, որ գործադրել են վաճառականները նամակների միջոցով տեղեկատվություն փոխանակելու համար: Այս իմաստով բնութագրական է Ֆրանչեսկո Դատինիի (մոտ 1335-1410 թթ.) օրինակը: Ֆլորենցիայի մոտ գտնվող Պրատո քաղաքից սերող այս վաճառականի անձնական արխիվը, որը պատահաբար հայտնաբերվել է 1870 թվականին, պարունակում է մոտ 300 տարբեր վայրերից ստացված 126.000 առևտրական նամակ՝ չհաշված անձնական թղթակցության նմուշներն ու հազարավոր հաշվապահական էջերը: Այս «միջնադարյան տվյալների բազան»¹ առևտրական նամակագրության այսօր հայտնի ամենամեծ հավաքածուն է:

Նամակագրության միջոցով փոխանցվող առևտրական տեղեկատվությունը կարելի է խմբավորել 3 տեսակի մեջ: Առաջին խումբը, որը ներառում է տնտեսական նորություններ, վերաբերում էր չափի ու կշռի միավորներին, տարադրամի փոխարժեքին, տարբեր վայրերում առկա ապրանքների քանակին, որակին, գներին և այլն: Տվյալների երկրորդ խումբն ընդգրկում էր քաղաքական ու ռազմական իրադարձությունների մասին նորություններ, որոնց քաջատեղյակությունն անհրաժեշտություն էր առևտրական որոշումներ կայացնելիս: Եվ վերջապես, նամակներով փոխանցվող տեղեկատվության երրորդ խումբն առնչվում էր հենց իրենց՝ վաճառականներին: Անվստահելի գործընկերոջ համբավ վաստակող վաճառականներն անմիջապես հայտնվում էին նամակների էջերին՝ այդպիսով կորցնելով իրենց հեղինակությունն ու գրկվելով հետագա առևտրական գործունեության հնարավորությունից²:

Վաճառականների համար նամակների նշանակությունը հիանալի է արտացոլում Ջեսիկա Գոլդբերգի դիտարկումը, որը թեև վերաբերում է Հին Կահիրեի սինագոգի գենիզայից գրապահոցից հայտնաբերված 11-րդ դարի հրեական նամակներին, սակայն բնութագրական է հետագա դարաշրջանների համար ևս. «Գենիզա վաճառականներն ակնկալում էին, որ նամակներ կգան իրենց թղթակիցներից: Նրանք շատ ավելի մեծ ակնկալիքներ ունեին նամակների, քան թե ապրանքների շրջանառությունից»³:

Մյուս տարբերակը, որով ուշ միջնադարում առևտրական տեղեկատվությունը տարածվում էր վաճառականների շրջանում, մասնագի-

¹ **Marks S.**, The Information Nexus: Global Capitalism from the Renaissance to the Present, New York, 2016, p. 75.

² **Trivellato F.**, Merchants' Letters across Geographical and Social Boundaries, ed. by F. Bethencourt and F. Egmond, "Cultural Exchange in Early Modern Europe", vol. III, Correspondence and Cultural Exchange in Europe, New York, pp. 87-88.

³ **Goldberg J.**, Trade and Institutions in the Medieval Mediterranean: The Geniza Merchants and Their Business World, Cambridge, 2012, p. 193.

տական երկերն էին, որոնք անցել են զարգացման մի քանի փուլ: Նախևառաջ, դրանք համառոտ տեղեկատուներ էին, որոնցում ի մի էր բերված տարբեր երկրների վերաբերյալ առևտրական հիմնական տեղեկատվությունը: Դրանց ծագման ակունքները պետք է որոնել ուշմիջնադարյան իտալական առևտրական ընկերություններում, որոնք հովանավորում էին համանման տեղեկատուների շարադրանքը իրենց գործակալներին անհրաժեշտ տեղեկատվությամբ ապահովելու համար: Ավելին՝ որպես առևտրական գաղտնիքներ՝ դրանք շրջանառությունը սահմանափակված էր հեղինակների անմիջական շրջապատով՝ բացառելու համար դրանց գործածությունը մրցակիցների կողմից¹: Ժամանակի ընթացքում այս տեղեկատուների բովանդակությունն ավելի ու ավելի հարստացավ, իսկ մոտ 1340 թվականին Բարդի առևտրական տան համար Ֆրանչեսկո Բալդուչի Պեգոլտոին շարադրեց «Երկրների նկարագրության գիրքը»՝ այս ժանրի նշանավոր նմուշներից մեկը: Հետաքրքիր է նշել, որ մինչև 15-րդ դարը այսպիսի երկեր «կազմելը կամ գոնե ընդօրինակելը առևտրական կրթության գործընթացի կանոնավոր մաս էր դարձել հավակնոտ վաճառականների համար»²: Առևտրական գրականության հետագա զարգացումը հանգեցրեց դրանում շրջանառվող տեղեկատվության ստանդարտացմանը, և ինչպես նշում է հետազոտողներից մեկը, «ընդօրինակելու համար մի ստանդարտ տեքստ ի հայտ եկավ... և այս կրթական ստանդարտ տեքստի համար պատշաճ կլինի օգտագործել ոչ թե տեղեկատու, այլ դասագիրք տերմինը՝ տարբերելու համար անհաստական անձնական շարադրանքներից»³: Այսպես՝ տեղեկատվական գրականության զարգացումը հանգեցրեց վաճառականական ձեռնարկ-դասագրքերի առաջացմանը, որոնք հսկայական քանակությամբ պիտի ողողեին առևտրի աշխարհը հետագա դարերում: Փաստորեն, ուշմիջնադարյան վաճառականները, դեմ առ դեմ խոսակցություններից բացի, ունեին առևտրական տվյալներ ստանալու 2 տարբերակ՝ նամակագրություն ու համառոտ տեղեկատուներ, որոնց զարգացումը ընթացավ ձեռնարկ-դասագրքերի վերածվելու ճանապարհով:

Վաղ արդի շրջանում վաճառականների կողմից առևտրական տեղեկատվության օգտագործման հնարավորությունները շատ ավելի բազմազան էին: Ճիշտ է, հաղորդակցության արագության մեջ էական փոփոխություն չարձանագրվեց և ինչպես Ֆրանչեսկա Տրիվելլատոն է նկատել, «նախքան հեռագրական կապի հայտնագործումը տեղեկատվությունը հազվադեպ էր ճանապարհորդում ավելի արագ, քան մարդիկ ու ապ-

¹ **Larner J.**, Marco Polo and the Discovery of the World, New Haven, 1999, pp. 73-74.

² **Spufford P.**, Profit and Power: The Merchant in Medieval Europe, London, 2003, p. 53.

³ Նույն տեղում:

րանքները»¹: Այնուհանդերձ, նկատելիորեն աճեց համաշխարհային առևտրական շուկաների մասին տվյալների հասանելիությունը, քանի որ մի կողմից երևան եկան տպագիր տեղեկատուներն ու ֆինանսական լրագրությունը, իսկ մյուս կողմից վաճառականներն ստացան իրենց համար շարադրված բազմաթիվ ձեռնարկ-դասագրքերից առատորեն օգտվելու հնարավորություն: Ի դեպ, Եվրոպայում այս տեղեկատվական տեղաշարժերի ազդեցությունն այնքան մեծ էր, որ, ըստ Մթիվեն Մարքսի, հենց «տեղեկատվություն հավաքելու արևմուտքի բարձր ունակություններն» են, որ պայմանավորել են Եվրոպայի ու Ասիայի պատմական զարգացման անհամաչափությունը²: Այս փոփոխություններն իրենց հետքը թողեցին նաև մի երևույթի վրա, որը հայտնի է «գործարքային ծախսեր» անունով:

«Գործարքային ծախսեր» հասկացությունը, որը շրջանառության մեջ է դրել բրիտանացի տնտեսագետ Ռոնալդ Բոուզը դեռևս 1937 թվականին, ներառում է բոլոր այն ծախսերը, որոնք անհրաժեշտ են ցանկացած տնտեսական գործարք կատարելիս³: Որքան նպաստավոր են տնտեսական գործունեության արտաքին ու ներքին պայմանները, այնքան ավելի քիչ են «գործարքային ծախսերը»: Դուգլաս Նորթի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ վաղ արդի շրջանում վաճառականների «գործարքային ծախսերը» զգալիորեն նվազել են 3 նորարարությունների շնորհիվ: Քննարկվող հարցի կապակցությամբ կարևոր է նշել, որ այդ նորամուծություններից մեկը՝ տնտեսական թերթերի ու առևտրական դասագրքերի տարածումը⁴, փաստորեն, վերաբերում էր տեղեկատվությանը:

Նախ՝ տնտեսական թերթերի մասին: Տպագրության գյուտի ընձեռած հնարավորություններն օգտագործելով՝ եվրոպացի հրատարակիչները սկսեցին լույս ընծայել ապրանքների գների ու տարադրամի փոխարժեքների ցուցակներ: Այս միաթերթ ցանկերը, որոնք արդեն 16-րդ դարում մեծ տարածում ունեին վաճառականների շրջանում, աստիճանաբար համալրվեցին առևտրական տվյալներ ամփոփող նոր բաժիններով, ինչը ճանապարհ հարթեց տնտեսական թերթերի առաջացման համար: Դիպուկ է Մթիվեն Մարքսի դիտարկումը՝ «Ավելացրեք քաղաքական տեղեկություններ և դուք կունենաք լրագրերի ծնունդը»⁵: Հետաքրքիր է, որ այս տարբե-

¹ **Trivellato F.**, The organization of trade in Europe and Asia, 1400–1800, ed. by J. Bentley, S. Subrahmanyam and M. Wiesner-Hanks, “The Cambridge World History”, vol. 6: The Construction of a Global World, 1400-1800 CE, part 2: Patterns of Change, Cambridge, 2015, p. 165.

² **Marks S.**, նշվ. աշխ., էջ 78:

³ **Coase R.**, The Nature of the Firm, “Economica”, vol. 4, no. 16, 1937, pp. 386–405.

⁴ **North D.**, Institutions, Transaction Costs, and the Rise of Merchant Empires, ed. by J. Tracy, “The Political Economy of Merchant Empires: State Power and World Trade, 1350-1750”, New York, 1991, p. 28.

⁵ **Marks S.**, նշվ. աշխ., էջ 83:

րակով շրջանառվող տեղեկատվությունն ավելի արագ կամ էժան չէր: Այն, ինչ այս տնտեսական թերթերը դարձնում էր շահեկան, դրանցում ամփոփված առևտրական նորությունների վստահելիությունն էր. դրանք վերցված էին պաշտոնական աղբյուրներից և կարող էին ճշգրտվել ու լրացվել թերթի հաջորդ համարում¹:

Վաղ արդի շրջանի երկրորդ նորամուծությունը՝ առևտրական դասագրքերի տարածումն ու հրատարակությունների աննախադեպ քանակը, լավագույնս փաստագրված է մի բազմահատոր մատենագիտության մեջ, որում ներառված են 15-րդ դարավերջից մինչև 19-րդ դարասկիզբը Եվրոպայում տպագրված բոլոր վաճառականական ձեռնարկները²: Այսպես՝ այդ ժամանակահատվածում տպագրված ձեռնարկների թիվը հասնում է 12.000-ի, որից 2000-ը՝ 17-րդ դարում, իսկ միանգամից 8000-ը՝ 18-րդ դարում: Վաճառականական միջավայրում այս դասագրքերի պահանջարկը լավ պատկերացնելու առումով բավարար է ասել, որ միայն 1700-1750 թթ. միջակայքում վերահրատարակվել է նախկինում տպագրված շուրջ 700 անուն գրականություն³: Ինչպես նկատել է հետազոտողներից մեկը, վաճառականական ձեռնարկները Եվրոպայի մեծ մասում նպաստեցին գիտելիքի ստանդարտացմանը և միահյուսված առևտրական մշակույթի ստեղծմանը⁴: Դոնալդ Հարելդն, իր հերթին, առանձնացնում է վաճառականական ձեռնարկների երեք առավելություն: Նախ՝ դրանք ընդգրկում էին թեմաների լայն շրջանակ, որոնք փոփոխվում էին վաճառականների տեղեկատվական կարիքներին համընթաց: Երկրորդ՝ դրանք ապահովում էին ավելի մեծ թվով վաճառականների փորձառությանը հաղորդակից լինելու հնարավորություն, քանի որ, օրինակ, քչերը կարող էին անձամբ շփվել Ժակ Սավարիի հետ, սակայն նրա ձեռնարկի միջոցով նրանից սովորել կարող էին բոլորը: Եվ վերջապես, դրանք կրթական հիանալի գործիքներ էին՝ անկախ այն բանից՝ հասցեագրված են սկսնակ, թե փորձառու վաճառականներին⁵:

¹ **McCusker J.**, *Information and Transaction Costs in Early Modern Europe*, ed. by G. Gommel and M. Denzel, "Weltwirtschaft und Wirtschaftsordnung: Festschrift für Jürgen Schneider zum 65. Geburtstag", Stuttgart, 2002, p. 82.

² **Hoock J. and Jeannin P. (eds.)**, *Handbücher und Traktate für den Gebrauch des Kaufmanns, 1470-1820: eine analytische Bibliographie = Ars Mercatoria: manuels et traités à l'usage des marchands, 1470-1820*, 3 vols., Paderborn: Schöningh, 1991-2001.

³ **Jeannin P.**, *La diffusion des manuels des marchands: fonctions et stratégies éditoriales*, "Revue d'histoire moderne et contemporaine", tome 45, no. 3 (juillet-septembre), 1998, p. 548.

⁴ **Trivellato F.**, *The Organization of Trade*, pp. 165-166.

⁵ **Harreld D.**, *An Education in Commerce: Transmitting Business Information in Early Modern Europe*, ed. by J. Ojala and L. Müller, "Information Flows: New Approaches in the Historical Study of Business Information", Helsinki, 2007, pp. 82-83.

Չնայած առևտրական տեղեկատվության տարածման այս նոր տարբերակների արդյունավետությանը՝ նամակագրությունը, որ վաճառականների կյանքում իր ունեցած նշանակությամբ հայտնի էր դեռ նախորդ շրջանից, շարունակում էր պահպանել իր կարևորությունը նաև վաղ արդի դարաշրջանում: Առևտրական նամակների կենսունակության գաղտնիքը պետք է փնտրել մի քանի առավելությունների մեջ: Նախ՝ ի տարբերություն հաղորդակցության մյուս միջոցների՝ միայն նամակագրական ցանցի միջոցով էր հնարավոր տարածել այնպիսի կարևոր նորություն, ինչպիսին վստահելիությունն ու համբավը կորցրած վաճառականների մասին լուրն էր: Երկրորդ՝ նամակները շարունակում էին մնալ միակ արդյունավետ միջոցը առևտրական գործընկերների հետ գործնական, երբեմն՝ գաղտնի տեղեկատվություն փոխանակելու համար: Եվ երրորդ՝ համաշխարհային առևտրի ընդլայնման պայմաններում իրենց գործակալների գործունեությունը հրնթացս վերահսկելու այլ միջոց, քան նամակագրությունը, վաճառականները չունեին¹: Նամակագրությունն, այսպիսով, ամենևին էլ ետին պլան չնդվեց տեղեկատվության հանրային տարածման եղանակների առաջացման պայմաններում:

Նոր Ջուդայի առևտրական ցանցն ու տեղեկատվության շրջանառությունը

Ուշ միջնադարում ու վաղ արդի դարաշրջանում առևտրական նորությունների փոխանցման այս ամփոփ անդրադարձից հետո ծագում է հետևյալ հարցադրումը՝ տեղեկատվության տարածման ո՞ր ուղիներն են գործել Նոր Ջուդայի առևտրական ցանցում: Ինչպես Սեպուհ Ասլանյանի ուսումնասիրությունն է ցույց տալիս, գլխավոր եղանակը, որով հայ վաճառականները փոխանակել են «առևտրի գաղտնիքները», նամակագրությունն էր²: Ընդ որում, հենց իրենք՝ վաճառականներն էլ ժամանակին փորձել են արժևորել նամակները: Այսպես՝ 1711 թվականին Նոր Ջուդայում բնակվող Շահրիմանյան ընտանիքի ներկայացուցիչներից մեկը նամակ է ուղարկում Լիվոռնո՝ իր տոհմակից Պետրոսին և գանգատվում, որ վերջինիս նախորդ նամակում «ոչ առքի խաբար կայ, ոչ ծախսի»: Ակնկալելով ստանալ իրենց ընտանիքի առևտրական գործարքների վերաբերող նորություններ՝ նամակագիրը հատուկ ընդգծում է. «Սովորագարին գրին աղն առքն եւ ծախսն այ»³: Թեև ուշադրությունից դուրս մնացած, սակայն խիստ հետաքրքրական ու տպավորիչ են նաև Եղիա Կարնեցու դիտար-

¹ **Trivellato F.**, *Mechants' Letters*, pp. 81-89.

² **Aslanian S.**, նշվ. աշխ., էջ 86-120:

³ Archivio di Stato di Venezia, Documenti Armeni, busta 2. Նամակի վրա առաջին անգամ ուշադրություն է հրավիրել Սեպուհ Ասլանյանը (տե՛ս **Aslanian S.**, նշվ. աշխ., էջ 99):

կումները վաճառականի «գրին աղի», այն է՝ նամակի էության մասին: Եղիան, որը տարիներ շարունակ զբաղվել էր առևտրական գործունեությամբ, իսկ ապա աշխատանքի էր անցել ֆրանսիական Արևելահնդկական ընկերության Թավրիզի մասնաճյուղում, 1718 թվականի հուլիսի 5-ին իր եղբայր Հարությունին հղած նամակում խորհուրդներ է տալիս նամակներ կարդալու ու շարադրելու տեխնիկայի մասին: Խորհուրդներից առաջինը վերաբերում է ստացված յուրաքանչյուր նամակը պարբերաբար՝ 2-3 օր շարունակ ընթերցելուն. «Մին էլ քո հրամանուցն մին պատուէր տամ, լաւ միտըտ պահէ, շատ շահէ և օգուտ. թէ իմն, թէ այլոց բարեկամաց, որ մին գիր գու գայ քեզ, մին երկու անգամ կարդայ երկու երեք օրն մին անգամ, զերա *ամեն մի կարդալուց մին ուրիշ պարաթ խօսք գիմանաս*»¹: Պատասխան նամակը շարադրելու ընթացքը ներկայացնելուց հետո էլ Եղիան տալիս է հետևյալ հրահանգը. «Եւ էն գրին պատասխանն արիւր, վրան գրէ թէ՛ էս գրի պատասխանն ղրկեցի, յետո գիրն պահէ»²:

Նամակագրության կանոնները, որոնք Եղիա Կարնեցին արծարծում էր իր խորհուրդներում, վաղուց ի վեր դարձել էին հայ վաճառականների առօրյա գործունեության անբաժան մասը: Նամակագրական հավաքածուները, որ մեզ են հասել 17-18-րդ դարերում ապրած հայ վաճառականներից, ոչ միայն հաստատում են ասվածը, այլև հավելյալ հետաքրքրական դիտարկումների հնարավորություն տալիս: Այսպէս՝ Հայրապետ դի Մարտինից, որը սերում էր Նոր Ջուղայից Վենետիկ տեղափոխված Վելիջանյանների տոհմից, մեզ են հասել բազմաթիվ նամակներ, որոնց քանակը մոտավոր հաշվարկներով հաստում է 2000-ը: Թվում է, թէ սա ամենամեծ անհատական նամակագրական հավաքածուն է հայկական առևտրական աղբյուրների շարքում: Գերազանցապէս Վենետիկի պետական արխիվում պահպանված այս վավերագրերի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ Հայրապետ դի Մարտինը ոչ միայն խնամքով հավաքել է ստացված նամակները, այլև 12 առանձին մատյաններում ընդօրինակել 1694-1709 թթ. ընթացքում իր ուղարկած բոլոր նամակների պատճենները: Այս տեսանկյունից բնութագրական օրինակ է նաև հենց իր՝ Եղիա Կարնեցու դիվանը, որը պահպանվել է Ռուսաստանի արտաքին քաղաքականության արխիվում: Տարբեր անձանցից ստացված նամակները Եղիան խմբավորել է 25 թղթապանակների մեջ, իսկ 1718-1724 թթ. իր ուղարկած նամակները արտագրել 4 մատյանների մեջ: Անձնական նամակագրական արխիվ ստեղծելու վաճառականների այս ջանքերի հետևում թաքնված էր 2 հանգամանք: Նախ՝ այդպիսով նրանք ստեղծում էին առևտրա-

¹ Եղիա Կարնեցու դիվանը: Նյութեր Մերձավոր Արևելքի և Անդրկովկասի պատմության, կազմ.՝ Ա. Աբրահամյան և Ռ. Աբրահամյան, Երևան, 1968, էջ 32 (ընդգծումը մերն է – Ս. Բ.):

² Նույն տեղում:

կան տվյալների իրենց բազան, և երկրորդ՝ նամակներն ունեին իրավական ուժ՝ անկախ նոտարական վավերացումից:

Առևտրական ձեռնարկ-դասագրքերը հայ վաճառականների տեղեկատվության երկրորդ կարևոր աղբյուրն էին: Վաճառականական տպագիր գրականության առաջնեկը 1675 թվականին Մարսելում հրատարակված «Արհեստ համարողութեան» գիրքն էր: Հաջորդ նշանավոր հրատարակությունը Ղուկաս Վանանդեցու «Գանձ չափոյ, կշռոյ, թուոյ և դրամից բոլոր աշխարհի» ձեռնարկն էր՝ հրատարակված 1699 թվականին Ամստերդամում: 17-18-րդ դդ. սահմանագծին հայկական տպարաններում լույս ընծայվեցին նաև տոմարացույցներ, բառարաններ և այլ գրքեր, որոնց տիտղոսաթերթերին հայ հրատարակիչներն ամրագրում էին համանման ձևակերպումներ՝ «ի պէտս Հայկազունեաց վաճառականաց»: Տպագիր գրականությունից բացի՝ հայ վաճառականներն ունեին ձեռագիր առևտրական ձեռնարկներից օգտվելու հնարավորություն: Դրանց ամենահայտնի օրինակները Կոստանդ Ջուղայեցու դասագրքերն էին՝ «Աշխարհաժողով» ու «Դռներն ռաղամին» վերնագրերով, որոնք նաև գործածության մեջ էին դրվել Նոր Ջուղայի Սուրբ Ամենափրկիչ վանքի դպրոցի առևտրական դասընթացի շրջանակներում:

Նամակագրությունը և տպագիր ու ձեռագիր ձեռնարկ-դասագրքերն այն երկու առանցքներն էին, որոնց շուրջ կայանում էր տեղեկատվության կամ, ինչպես Կլոդ Մարկովիցն է բնորոշել, «ամենաթանկ ապրանքի»¹ շրջանառության համակարգը Նոր Ջուղայի համաշխարհային առևտրական ցանցում մի դարաշրջանում, երբ «լավ տեղեկացված լինելը նույնիսկ ավելի կարևոր էր, քան լավ կրթված լինելը»²: Հայկական առաջին պարբերականը՝ «Ազդարար»-ը, որը սկսեց հրատարակվել Մադրասում 1794 թվականից, ծրագրային նպատակ ուներ իր էջերում ամփոփելու նաև առևտրական տեղեկատվություն³: Դրանով, փաստորեն, տեղայնացվում էին տնտեսական թերթերի ու դրանց հիման վրա երևան եկած լրագրերի եվրոպական ավանդույթները, սակայն այդ ժամանակ Նոր Ջուղայի ցանցն արդեն մի քանի տասնամյակ է, ինչ անկում էր ապրել:

Саркис Балдарян, Коммерческая информация и торговцы от позднего средневековья до раннего нового времени - Цель этой статьи- обсудить способы передачи коммерческой информации между торговцами в

¹ Markovits C., նշվ. աշխ., էջ 82, 219:

² Braudel F., *Civilization and Capitalism, 15th-18th Century*, vol. 2: The Wheels of Commerce, New York, 1982, p. 409.

³ «Ազդարար», 1794 թվական, թիվ 1, առաջաբանությւն, էջ 4: Հմնտ. Մխիթարյան Մ., Հայերեն առաջին պարբերականը և նրա խմբագիրը, Երևան, 2016, էջ 24, 49:

позднем средневековье и раннем современном периоде (1300-1800). Кроме обсуждения важности информации в рамках «теории обращения», статья проливает свет на то, как европейские купцы получали и обменивались коммерческими новостями в течение вышеупомянутого периода. Последняя часть статьи посвящена обсуждению способов передачи коммерческой информации между армянскими купцами из Новой Джульфы в сравнении с европейским опытом.

Sargis Baldaryan, Commercial Information and Merchants from the Late Middle Ages to Early Modern Period – The purpose of the essay is to discuss the means of transmitting commercial information between merchants during the late middle ages and the early modern period (1300-1800). After considering the importance of information in the framework of “theory of circulation”, the paper sheds light on how European merchants received and exchanged commercial news throughout the above-mentioned period. The final part of the essay is devoted to the discussion of means of conveying commercial information between Armenian merchants from New Julfa in comparison with European experience.

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ ՀԱՅՈՑ

ԱՇՈՏ ՆԵՐՍԻՍՅԱՆ

ՄԻՍՈՆ ՎՐԱՑՅԱՆԻ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐՋԻՆ
ԲԱՆԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ Բ. ԼԵԳՐԱՆԻ ՀԵՏ ԵՎ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԽՈՐՀՐԴԱՅՆԱՑՈՒՄԸ 3

ASHOT HAYRUNI

DAS ARMENISCHE HILFSWERK DER DEUTSCHEN ORIENT-MISSION
IN BULGARIEN, DIARBEKIR UND TALAS 14

ՄԱՅՐԱՆՈՒՇ ՊՈՂՈՍՅԱՆ

ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՍՓՑՈՒՌՔԻ ԿԱԶՄԱՎՈՐՄԱՆ
ԳՈՐԾԸՆԹԱՅԸ 26

ՔԱՆԱՔԱՐԱ ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ

Տ. ԽՈՐԵՆ ԱՐՔԵՊԻՍԿՈՊՈՍ ՍՈՒՐԱԴԲԵԿՅԱՆԻ՝
ԵՐԵՎԱՆԻ ՓՈԽԹԵՄԱԿԱԼՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐՋԻՆ ՇՐՋԱՆԸ.
ԽՈՐՀՐԴԱՅԻՆ ԻՇԽԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՍՏԱՏՄԱՆ
ՏԱՐԻՆԵՐ (1920-1924 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐ) 41

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ

ՍԱՐԳԻՍ ԲԱԼԴԱՐՅԱՆ

ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՎԱՃԱՌԱԿԱՆՆԵՐԸ
ՈՒՇ ՄԻՋՆԱԴԱՐԻՑ ՄԻՆՉԵՎ ՎԱՂ ԱՐԴԻ ԴԱՐԱՇՐՋԱՆ 60

ԿՐՈՆ ԵՒ ՄՇԱԿՈՒՅԹ

JÜRGEN GISPERT

DAS ORIENTALISCHE CHRISTENTUM AM BEISPIEL
DER KOPTEN 71

ARTHUR HOVHANNISYAN

REVISITING ANCIENT PAGES OF TRANSLATION THEORY: GREECE
AND PERSIA 87

ՀԱՅ ԱԶԳԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ

ՌԱՖԻԿ ՆԱՀԱՊԵՏՅԱՆ

ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԼԵՌՆԱՇԽԱՐՀԸ ԲՆԱԿԱՐԱՆԱՇԻՆԱԿԱՆ
ԱՎԱՆԴՆԵՐԻ ՀՆԱԳՈՒՅՆ ԿԵՆՏՐՈՆ 96

ՔԱՂԱՔԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԻՄԱՍՏԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

ՎԱՀԵ ԴԱՎԹՅԱՆ, ԼՈՒՍԻՆԵ ՀԱԿՈԲՅԱՆ

ԿԼԻՄԱՅԻ ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ
ԱՆՎՏԱՆԳՈՒԹՅԱՆ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐ. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՓՈՐՁԸ 108

МАРТУН АЗАТЯН

ТЕХНОЛОГИЯ “АСТРОТУРФИНГ” КАК СОВРЕМЕННЫЙ
ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИЧЕСКОГО
ВЛИЯНИЯ В АРМЕНИИ 128

ՎԱԼԵՐԻ ՄԻՐՁՈՅԱՆ

ԱԿՍԵԼ ԲԱԿՈՒՆՑ ԵՎ ՋՈՐՁ ՕՐՈՒԵԼ.
ԵՐԿՈՒ ՀԱՅԱՅՔ ՆՈՒՅՆ ԳՐՔԻՆ 137

ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

ՀՐԱՉՅԱ ՍԱՐԳՍՅԱՆ

ԱՇԽԱՐՀԱՎԱՐԱԿԸ ԵՎ ՀՈՒՄԱՆԻԶՄԻ
ԱՐԺԵՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ՎԵՐԱԴԱՍԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ 150

ԱՐՄԵՆ ՃՈՒՂՈՒՐՅԱՆ, ՆՈՆՆԱ ԽԱՉԱՏՐՅԱՆ

ԱՇԽԱՐՀԱՎԱՐԱԿԻ ՍՈՑԻԱԼ - ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ
ՄԱՆԻՏԱՐԻԱՆ 158

ԶԱՎԵՆ ՀԱՐՈՅԱՆ, ՀԱՅԿ ՀՈՎՀԱՆՆԻՍՅԱՆ

ԲԱՑԱՍԱԿԱՆ ՏՈԿՈՍԱԴՐՈՒՅՔԻ ԷՈՒԹՅՈՒՆԸ:
ԲԱՑԱՍԱԿԱՆ ՏՈԿՈՍԱԴՐՈՒՅՔԻ ՆԵՐԴՐՄԱՆ
ՆԱԽԱԴՐՅԱԼՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ 163

ARMAN ASRYAN
DETECTING PRICE ANOMALIES IN THE HOUSING
MARKET OF THE RA 171

ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԵՂԻՆԱԿՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ 184